

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'UTILISATION DE PAGES WEB PAR LES SITES DU
PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO :
VERS L'ÉMERGENCE D'UNE CULTURE IDENTITAIRE MONDIALE ?

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
ANNIE DAOUST

NOVEMBRE 2007

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La rédaction de ce mémoire a été rendue possible grâce au soutien de nombreuses personnes. Je remercie d'abord ma directrice de recherche, madame Danielle Maisonneuve qui, par son professionnalisme, sa rigueur, son dynamisme et sa passion des relations publiques, me sert de modèle et m'inspire. Sa grande disponibilité et son soutien continu auront été des facteurs déterminants dans la poursuite de mon cheminement.

Je tiens à remercier également mon conjoint, Bobby Bélanger, qui a su m'encourager à poursuivre dans les moments difficiles, tout en étant un père admirable auprès de nos enfants Miro et Clémence.

Je m'en voudrais aussi de ne pas souligner l'appui de mes parents : mon père Paul pour ses judicieux conseils et ses corrections ponctuelles et ma mère Estelle pour ses encouragements continus et sa grande disponibilité. Ma belle-mère Grade Hedley aura également été d'une aide précieuse pour veiller sur mes enfants pendant la scolarité.

Enfin, un merci spécial à mes amis les plus proches, qui, pour beaucoup, me suivent depuis l'école secondaire, voire primaire. Nos cheminements ont été distincts, mais leur amitié continuelle m'est chère. Un merci particulier à Fanny Kingsbury pour nos longues discussions qui m'auront aidée à structurer mes pensées.

À vous tous, un grand merci !

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES TABLEAUX.....	viii
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION : MISE EN CONTEXTE	1
CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE.....	6
1.1 L'optimisme historique accompagnant l'émergence des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC).....	6
1.2 Objet d'analyse : les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO et l'usage des NTIC.....	8
1.3 Question de recherche.....	11
1.4 Hypothèse de recherche.....	11
CHAPITRE II : CADRE THÉORIQUE.....	13
2.1 Les relations publiques à l'ère de la mondialisation	13
2.1.1 Les études de réception : théorie des usages et théorie de l'appropriation.....	17
2.1.1.1 Diffusion et adoption de la technologie.....	18
2.1.1.2 Innovation.....	20
2.1.1.3 Appropriation de la technologie.....	20
2.1.2 La théorie de la modélisation de l'impact des médias.....	24
2.2 Culture mondiale versus cultures locales.....	27
2.3 La notion d'identité en contexte mondial.....	29
CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE.....	40
3.1 Présentation et justification du cas sélectionné : la notion d'appartenance à tous les peuples du monde dans les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO.....	40
3.2 Sélection et analyse de contenu des pages Web.....	42
3.3 Échantillonnage.....	45

3.4	Modes d'enregistrement et de numération.....	48
3.4.1	Préparation du corpus.....	50
3.5	Catégorisation des messages.....	52
3.6	Bordereau d'analyse.....	53
3.6.1	Quantification des données.....	57
3.7	Fidélité de la catégorisation.....	57
3.8	Limites de la technique.....	58
CHAPITRE IV : RÉSULTATS.....		60
4.1	L'évaluation des pages Web officielles.....	60
4.1.1.	Allemagne : Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof.....	61
4.1.2.	Belgique : Minières néolithiques de silex de Spiennes.....	62
4.1.3.	Espagne : Ensemble archéologique de Mérida.....	66
4.1.4.	Espagne : Ibiza, biodiversité et culture.....	66
4.1.5.	Finlande : Forteresse de Suomenlinna.....	68
4.1.6.	France : Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange.....	70
4.1.7.	Hongrie : Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj..	72
4.1.8.	Italie : Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto).....	73
4.1.9.	Norvège : Vegaøyan – Archipel de Vega.....	75
4.1.10.	Portugal: Centre historique de Porto.....	77
4.1.11.	Royaume-Uni : Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry.....	79
4.1.12.	Serbie : Vieux Ras avec Sopoćani.....	81
4.1.13.	Turquie : Zones historiques d'Istanbul.....	81
4.2	Présentation des faits saillants.....	84

CHAPITRE V : INTERPRÉTATION DES DONNÉES ET RÉPONSE À LA QUESTION DE RECHERCHE.....	89
5.1 Interprétation générale à partir des grilles d'analyse.....	89
5.2 Réponse à la question de recherche.....	90
5.2.1 Des relations publiques efficaces ?.....	90
5.2.2 Vers l'émergence d'une culture identitaire mondiale ?.....	92
5.2.2.1 Assumer la diversité des langues.....	94
5.2.2.2 Penser le tourisme.....	97
CONCLUSION.....	100
APPENDICE A LES PAYS D'EUROPE, LES CATÉGORIES DE SITES (CULTUREL, NATUREL OU MIXTE), LES NOMS DES SITES ET LEUR ANNÉE D'INSCRIPTION SUR LA LISTE DU PATRIMOINE MONDIAL.....	104
APPENDICE B BORDEREAUX D'ANALYSE COMPLÉTÉS.....	124
APPENDICE C RÉSULTATS DE L'ANALYSE.....	174
BIBLIOGRAPHIE.....	181

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
4.1	Page d'accueil du site de la Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof.....62
4.2	Page Web du site des Minières néolithiques de silex de Spiennes.....63
4.3	Page « Liste des biens classés » du ministère de la région wallonne, Direction générale de l'aménagement du territoire, du Logement et du Patrimoine.....65
4.4	Page d'accueil d'Ibiza, biodiversité et culture.....67
4.5	Page d'accueil de la Forteresse de Suomenlinna.....69
4.6	Page d'accueil du Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange.....71
4.7	Page d'accueil du Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj.....73
4.8	Page d'accueil de Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto).....75
4.9	Page d'accueil de Vegaøyan – Archipel de Vega.....77

4.10	Page Web de la Direction générale des édifices et de monuments nationaux (DGEMN).....	78
4.11	Page d'accueil de la Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry.....	80
4.12	Page d'accueil de Zones historiques d'Istanbul.....	82
4.13	Page Web « La Turquie sur la liste du Patrimoine Mondial ».....	83

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
3.1 Les pages Web étudiées.....	47
3.2 Les variables de la recherche et les indicateurs qui s'y rattachent.....	52
3.3 Bordereau d'analyse.....	54
4.1 Les pages Web et le score total de l'analyse.....	85
4.2 Les pages Web et le score à la section « couverture ».....	86
4.3 Les pages Web et le score à la section « Mise à jour ».....	87
5.1 Les pages Web de sites du patrimoine mondial et leur(s) langue(s) de diffusion.....	95
C.1 Résultats à la section Autorité.....	175
C.2 Résultats à la section Précision.....	176
C.3 Résultats à la section Objectivité.....	177
C.4 Résultats à la section Mise à jour.....	178

C.5	Résultats à la section Couverture.....	179
C.6	Résultats totaux.....	180

RÉSUMÉ

Le présent mémoire se penche sur l'utilisation d'Internet par les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO d'Europe. L'analyse a pour but de vérifier si les techniques de relations publiques déployées dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial sur le Web contribuent au positionnement du patrimoine mondial comme appartenant à tous les peuples du monde. Le caractère universel des sites du patrimoine mondial est en effet leur principale distinction et le bagage identitaire qui leur est associé peut servir de point de rencontre entre les peuples.

Nous débutons par un survol des courants de pensée qui ont émergé depuis l'arrivée d'Internet. Certains auteurs tiennent un discours dithyrambique à l'égard de ce nouveau mode de communication, alors que d'autres croient qu'il peut contribuer à un repli identitaire qui se manifeste notamment par la découverte de l'altérité. Ceci étant, nous émettons l'hypothèse que les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine de l'UNESCO, ce qui restreint l'émergence virtuelle d'une culture identitaire mondiale.

La technique d'étude de document utilisée dans le cadre de cette recherche est l'analyse de contenu de vérification. Un échantillonnage systématique à plusieurs degrés a été utilisé pour circonscrire les pages Web à étudier à l'aide du bordereau d'analyse conçu spécialement pour cette recherche.

Les pages Web qui ont été analysées se sont avérées fort différentes à bien des égards. Elles nous auront tout de même permis de conclure que bien que l'Internet soit un média de plus en plus démocratique et qu'il permette la rencontre de l'Autre, nous ne sommes pas rendus au point de voir émerger une culture identitaire mondiale. Du moins, nous pouvons affirmer ceci à l'égard des pages Web de sites du patrimoine mondial d'Europe.

Mots clés : relations publiques, Internet, patrimoine, identité, culture.

INTRODUCTION

MISE EN CONTEXTE

À ce jour, l'UNESCO a dressé une liste de plus de 800 sites faisant partie du patrimoine mondial. L'idée de créer un mouvement international pour protéger ce patrimoine est arrivée après la Première Guerre mondiale, suite à la décision de construire le barrage d'Assouan en Égypte. Cette construction aurait inondé la vallée où se trouvaient les temples d'Abou Simbel, trésors de la civilisation de l'Égypte ancienne. Une campagne menée en 1959 par l'organisme a permis aux temples d'être démontés, déplacés et réassemblés. En 1972, l'UNESCO a adopté un traité international sur le patrimoine mondial intitulé *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*. Depuis, le nombre de sites inscrits sur la liste augmente chaque année.

Ce qui rend exceptionnel le concept de patrimoine mondial est son application universelle. En effet, les sites du patrimoine mondial appartiennent à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés. L'UNESCO en donne la définition suivante :

Le patrimoine est l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations à venir. Nos patrimoines culturel et naturel sont deux sources irremplaçables de vie et d'inspiration. Des lieux aussi extraordinaires et divers que les étendues sauvages du Parc national de Serengeti en Afrique orientale, les Pyramides d'Égypte, la Grande Barrière d'Australie et les cathédrales

baroques d'Amérique latine constituent le patrimoine de notre monde¹.

Ces sites sont intimement liés au tourisme mondial puisque l'inscription sur la *Liste du patrimoine mondial* entraîne notamment une augmentation du nombre de visiteurs, selon l'UNESCO. Le tourisme représente un secteur économique qui ne cesse de gagner en importance depuis la Deuxième Guerre mondiale et l'accessibilité de certains moyens de transport accélérés, selon l'ONU (2003). Au forum mondial *Le tourisme au service de la paix et du développement durable*, tenu au Brésil en 2003, le secrétaire général de l'ONU, Kofi Annan, spécifiait : « Aujourd'hui, plus que jamais, les gens voyagent pour le plaisir. Le tourisme est devenu le secteur économique le plus important du monde et occupe une place centrale dans la vie de nombreuses personnes. »

Or, les touristes sont de plus en plus nombreux à faire appel au média de l'Internet dans la planification de leurs voyages. À titre d'exemple, le pourcentage de Canadiens ayant utilisé l'Internet pour trouver des renseignements et/ou faire des arrangements liés aux voyages est passé de 21.9 % en 2000 à 33.6 % en 2003², selon Statistique Canada³.

Le média de l'Internet est tout indiqué dans le cadre de communications internationales et fait maintenant partie des outils de communication au service des relationnistes. Selon Dagenais (2002, p. 148), « les relations publiques visent à tisser des liens de sympathie entre une organisation et ses publics. Pour les entreprises et les organisations, elles représentent un outil de gestion destiné à implanter et à maintenir des relations réciproquement bénéfiques pour elles et pour les publics qui peuvent les influencer ». Afin de développer cette relation de confiance avec des publics internationaux, les nouvelles technologies d'information

¹ <http://whc.unesco.org/fr/apropos/>

² Dernière année recensée par Statistique Canada sur ce sujet.

³ http://www40.statcan.ca/l02/cst01/comm09a_f.htm

et de communication (NTIC) dont fait partie l'Internet sont à privilégier comme le soutient Maisonneuve (2004, p. 196) : « [...] le recours aux innovations technologiques permet aux relationnistes de combler en partie le fossé espace-temps de leurs communications internationales. »

Toutefois, l'utilisation de l'Internet et la portée de son exploitation amènent des chercheurs à questionner la dimension technique de la communication versus sa dimension sociale et humaine. Certains auteurs, notamment Toffler (1980), Lévy (2000) et Quéau (1997) sont portés à croire que l'Internet peut concourir à résoudre les maux de l'humanité. Au contraire, d'autres comme Mattelart, Wolton et Castells, l'accusent de contribuer à la gestion des différences et, donc, à la méfiance envers l'Autre.

Cette peur de l'étranger se traduit parfois par des conflits mondiaux dont témoignent quotidiennement les bulletins d'information et les quotidiens. Pourtant, nous sommes portés à croire que le respect de la différence et le dialogue entre les cultures peuvent passer, notamment, par la découverte de richesses culturelles d'autres peuples et ce, par exemple, en identifiant un patrimoine culturel appartenant à l'ensemble de l'humanité. Dagenais (2002, p. 151) soutient d'ailleurs que « les discours sur la mondialisation dans le domaine des communications sont trop souvent des discours de rétrécissement. Or la mondialisation apporte aussi des éléments d'ouverture et de changements positifs ».

Dans divers pays où des sites du patrimoine mondial sont présents, certains responsables des communications ont développé une page Web pour présenter ces hauts lieux de la mémoire de l'humanité. Nous sommes intéressée à documenter les stratégies de communication mises de l'avant sur ces pages Web pour mettre en valeur les sites du patrimoine mondial. Plus spécifiquement, nous voulons vérifier si les techniques de relations publiques déployées sur ces pages Web favorisent la notion d'appartenance des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO à tous les peuples du monde, auprès du public.

À ce jour, très peu d'études au sujet du tourisme mondial ont été réalisées (Wolton, 2003) et aucune ne traite spécifiquement des pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Quoique l'Internet ne soit pas un média totalement démocratique puisque tous les citoyens du monde n'y ont pas accès, il est de plus en plus utilisé, notamment auprès des consommateurs de tourisme mondial. La présente recherche propose de faire le pont entre le tourisme lié aux sites du patrimoine mondial et l'Internet, média d'ouverture qui permet la rencontre de l'altérité et qui amène les utilisateurs à se questionner sur leur propre identité.

Dans le chapitre I, la problématique, nous verrons d'abord la dichotomie des points de vue lorsqu'on aborde la question de l'Internet. Puis, nous nous pencherons sur les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO en tant qu'objet d'analyse.

Le chapitre II, cadre théorique, nous permettra d'élaborer sur les concepts liés à notre recherche. Nous verrons notamment comment le travail des relationnistes s'est transformé depuis l'arrivée du média de l'Internet. Nous étudierons plus spécifiquement les caractéristiques de ce média qui constitue, certes, un objet technique, mais qui contribue également à une transformation plus profonde de la société. Nous verrons également la théorie de la modélisation de l'impact des médias de Grunig *et al.* (1992), théorie qui servira de fondement à notre méthodologie.

Le troisième chapitre, méthodologie, nous fournira l'occasion de décrire les caractéristiques de la méthode de l'étude de cas, puis de définir l'analyse de contenu de vérification. Les motivations qui nous ont amené à circonscrire notre échantillon de recherche seront exposées, en plus de notre bordereau d'analyse et des limites propres à cette recherche.

Le chapitre IV, résultats, sera consacré à l'analyse des pages Web proprement dites. Nous exposerons les faits saillants de chacune des pages étudiées, puis nous les comparerons entre elles afin d'en faire ressortir les différences les plus marquantes.

C'est au chapitre V, interprétation des données et réponse à la question de recherche, que nous pourrons enfin discuter de notre hypothèse en fonction des données recensées. Nous serons alors en mesure de dresser un portrait global de la visibilité des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, sur le territoire que nous avons étudié, via le média de l'Internet.

Avant de poursuivre, et afin de faciliter la lecture de ce mémoire, nous tenons d'emblée à spécifier quelles pages Web de sites du patrimoine mondial seront étudiées. Sur son site Web⁴, l'UNESCO énumère les quelque 800 sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial. À partir de cette liste, l'UNESCO propose aux internautes des hyperliens menant à des pages Web permettant de visiter virtuellement ces sites du patrimoine mondial. Les pages Web en question sont conçues par d'autres organisations que l'UNESCO, mais cette dernière en fait la promotion. Elle a en effet sélectionné des pages Web sur le volet, en les présentant sur son site Web par hyperliens. Nous aurons l'occasion, au chapitre sur la méthodologie, d'expliquer comment notre échantillon de pages Web a été sélectionné. Pour l'instant, retenons que les pages Web étudiées dans ce mémoire sont celles proposées par l'UNESCO, mais conçues par d'autres organisations.

Enfin, mentionnons qu'afin d'éviter toute confusion, nous avons privilégié l'expression « page Web » lorsqu'il est question d'information trouvée sur Internet. Dans ce mémoire, l'expression « site » est réservée exclusivement aux *sites* du patrimoine mondial de l'UNESCO. Nous étudions, donc les pages Web de sites du patrimoine mondial et non l'inverse.

⁴ <http://whc.unesco.org/fr/list>

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

1.1 L'optimisme historique accompagnant l'émergence des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC)

L'histoire démontre que, dans le domaine des communications et des médias de masse, plusieurs innovations ont eu une incidence sur nos vies. On n'a qu'à penser à l'imprimerie de Gutenberg qui a rendu la lecture accessible; ou à la radio et la télévision qui ont permis aux citoyens d'être informés et divertis en même temps.

L'émergence de nouvelles technologies est généralement accompagnée d'un optimisme qui est associé à la réalisation d'un rêve d'une société idéale où tous les rapports humains seraient harmonieux. Cette vie exemplaire serait la conséquence d'une communication universelle et transparente, rendue possible grâce aux nouvelles technologies.

Imprégnée d'un fort déterminisme technique, cette position utopique recèle en même temps une dimension idéologique qui se fonde sur une croyance inconsidérée dans "l'idéologie du progrès", c'est-à-dire le fait de penser que les avancées de la science et de la technologie conduisent nécessairement et toujours à un progrès pour la société ou pour l'humanité. (Proulx, 2004, p. 9)

C'est au tour de l'Internet de susciter un optimisme semblable. Le futurologue américain Alvin Toffler (1980) croit que nous sommes, au début du XXI^e siècle, à l'aube d'une troisième révolution industrielle. En fait, il s'agirait d'une véritable Révolution Internet qui se caractérise par le déplacement du contrôle social qui passe des institutions vers les individus. Le philosophe Pierre Lévy évoque quant à lui une révolution Internet qui provoque des changements, non seulement au plan des communications, mais également auprès de toute la société en général :

Nous inventons une nouvelle civilisation. Je veux dire qu'aujourd'hui, le cyberspace est le ferment de la civilisation, comme l'imprimerie le fut à la fin du XV^e siècle. Internet est un instrument qui perfectionne notre capacité d'apprentissage et d'intelligence collective. [...] C'est vraiment l'invention d'une nouvelle forme d'agora, d'une nouvelle façon de faire de la politique. [...] La vraie révolution d'Internet n'est pas du tout une révolution de machines, mais de communication entre les êtres humains. [...] La pratique de la communication en réseau contribue à nous civiliser. (Lévy, 2000, p. 18)

Philippe Quéau (1997, p.1), directeur de la division information et informatique de l'UNESCO depuis juillet 1996, abonde dans le même sens :

Les technologies nouvelles de la communication et de l'information en effet sont porteuses de ruptures qui vont bien au-delà de la technologie, et qui touchent à la nature même de notre rapport au monde, à notre manière de le représenter et d'agir sur lui, à notre capacité de fonder un nouveau lien social, à l'échelle de la planète. [...] Les nouveaux réseaux, comme Internet, ou l'essor du numérique et du virtuel, sont en réalité les signes annonciateurs de rien de moins qu'un changement d'ère. [...] Si nous insistons sur ces analogies (l'alphabet, l'imprimerie), c'est dans l'espoir d'attirer l'attention sur le fait que la révolution technologique actuelle n'est pas comparable simplement à l'apparition du téléphone ou de la télévision. Il s'agit en fait d'une coupure radicale dans l'histoire de nos moyens de représenter le monde, ou de ce que nous croyons savoir de lui. Nous pensons que des moyens de représentation nouveaux sont de nature à favoriser l'émergence de nouvelles intelligibilités, de nouveaux espaces de compréhension, de nouvelles visions. Il s'agit donc *in fine* de l'apparition, encore en gésine, d'une nouvelle vision des choses, et peut-être d'un homme nouveau, proportionné à cette nouvelle intelligibilité.

Ces nouveaux moyens de représentation sont d'autant plus intéressants, selon nous, qu'ils peuvent être mis au service de la mémoire collective, faisant le pont entre le passé et le présent. Aussi, nous avons choisi, dans le cadre de cette recherche, d'analyser les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO.

1.2 Objet d'analyse : les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO et l'usage des NTIC

Nous connaissons plusieurs exemples de conflits mondiaux qui ont comme origine des différences culturelles. Or, nous tendons à croire que le dialogue entre les cultures et le respect de la différence peuvent passer, notamment, par la découverte de richesses culturelles d'autres peuples et ce, entre autres, par l'identification d'un patrimoine culturel appartenant à l'ensemble de l'humanité. Dans *Identité culturelle : la relativité de la diversité* (2004, p. 94), l'écrivaine vietnamienne Ngo Tu Lap précise :

Mais la différence n'est pas la supériorité, ni une chose dont on doit être fier. Une communauté est fière car elle *contribue au développement de l'humanité, enrichissant sa vie*⁵. Goethe a raison d'insister sur le fait que les arts doivent être orientés vers les valeurs universelles. C'est grâce aux valeurs universelles qu'une chanson napolitaine peut émouvoir le cœur d'un pêcheur sur le Mékong et que les lavis chinois peuvent être aimés par les cow-boys américains.

L'UNESCO a dressé une liste de plus de 800 sites identifiés comme faisant partie du patrimoine mondial. Ces sites, qui ont une valeur universelle exceptionnelle, se distinguent notamment du fait qu'ils appartiennent à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés. Dans sa *Trousse d'information sur le patrimoine mondial* (2005, p. 5), l'UNESCO évoque

⁵ En italique dans le texte.

ainsi les sites du patrimoine mondial : « Nos patrimoines culturel et naturel sont deux sources irremplaçables de vie et d'inspiration. Ce sont nos pierres de touche, nos points de référence, les éléments de notre identité. »

Ces sites peuvent profiter de la fonction de vitrine identitaire qu'offre le Web pour se présenter au monde. Abordant spécifiquement la notion d'identité, Pierre Ouellet (2003, p. 13) affirme d'ailleurs que ce n'est pas tant ce que nous sommes qui compte, mais bien ce que nous paraissions être :

Il est devenu impératif de se demander non pas *qui on est* ou *devient*, mais *comment on dit* et *montre*⁶ ce qu'on croit être et devenir, c'est-à-dire comment on énonce, verbalement ou visuellement, non pas son propre être ni celui de l'autre, mais la perception, la mémoire et l'imaginaire qu'on en a ou qu'on s'en fait dans les discours et les images qu'on produit et s'échange à une époque donnée de son histoire.

Traitant de culture en contexte mondial, Wolton soutient de plus que les sociétés occidentales ont de la difficulté à choisir entre la fascination pour l'ouverture, la vitesse, la culture des autres, la fin des contraintes, une sorte d'anarchie individuelle; et l'attachement aux traditions historiques et institutionnelles. « Notre identité culturelle et nos aspirations de communication sont plurielles et contradictoires » (Wolton, 2003, p. 28).

Il poursuit en affirmant qu'il faut repenser notre rapport au temps et à l'espace. La modernité nous a habitués à la vitesse, mais il faudra prendre notre temps pour rencontrer l'Autre. Il ne faut pas hésiter à revenir aux traditions, aux racines et à la géographie comme conditions de rencontre. « Tout se passe comme si les contraintes de la cohabitation culturelle nous obligeaient à revaloriser ce que les performances de la modernité avaient considéré comme "dépassé" » (Wolton, 2003, p. 205).

⁶ En italique dans le texte.

C'est ainsi que l'étude des pages Web de sites du patrimoine mondial est stimulante : on aborde l'héritage du passé, des traditions et des identités présentées au monde par l'Internet, média par excellence d'ouverture, de vitesse et d'échange. Dans le même sens, Régine Robin (2003, p. 327) avance que la mémoire, permettant d'établir un lien avec nos origines culturelles, est quelque chose de fondamental :

La mémoire collective est composée de l'ensemble des éléments qui permettent la gestion du passé dans le présent. Elle a la double fonction d'adapter le passé d'un groupe à ses besoins présents et d'assurer sa pérennité ainsi que sa cohésion sociale. La mémoire est toujours affaire de « présent » et non pas de « passé » : c'est la conjoncture qui commande.

Les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO semblent donc tout à fait indiquées pour présenter le passé et contribuer à construire la mémoire collective dans le présent. Bien que les sites du patrimoine mondial soient désignés comme des lieux, ils peuvent également être considérés comme des œuvres d'art. On n'a qu'à penser aux fresques tapissant les murs de la Cité du Vatican, à Rome, ou aux sculptures du XII^e siècle ornant les porches de la cathédrale de Chartres, en France, pour s'en convaincre. L'art en tant qu'objet de communication peut servir là où le langage échoue, comme l'explique Castells (2002, p. 252) :

L'art a toujours tenté de réunir les faces différentes et contradictoires de l'expérience humaine. Plus que jamais, ce pourrait être son rôle fondamental dans une culture définie par la fragmentation et la non-communication potentielle entre les codes, une culture où la multiplicité des expressions pourrait compromettre la communion. L'absence de sens commun risque en effet d'engendrer une immense aliénation, chacun parlant une langue différente [...]. Dans un monde aux miroirs brisés, fait de textes non communicables, l'art pourrait devenir – non pas en s'en donnant mission, mais par sa simple existence – un protocole d'échange et un outil de reconstruction sociale. En suggérant, par l'ironie ou la beauté, que nous sommes encore capables d'être ensemble, et d'en jouir. L'art, qui devient toujours plus un hybride de matériaux virtuels et physiques, est ainsi en mesure de jeter un pont culturel entre le réseau et le moi.

Ainsi, nous croyons que l'étude des techniques de communication entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO sur le Web peut s'avérer fort intéressante, d'autant plus qu'aucune étude sur ce sujet n'a encore été réalisée, à notre connaissance.

1.3 Question de recherche

Sur son site Web⁷, l'UNESCO insiste, en page d'accueil, sur l'importance de « l'identification, la protection et la préservation du patrimoine culturel et naturel à travers le monde considéré comme ayant une valeur exceptionnelle pour l'humanité ». Ceci étant, voici notre question de recherche : comment le recours à la mise en ligne de pages Web dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial contribue-t-il au positionnement de la notion de patrimoine mondial comme appartenant à tous les peuples du monde ?

1.4 Hypothèse de recherche

Nous émettons l'hypothèse que les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, ce qui restreint l'émergence virtuelle d'une culture identitaire mondiale.

C'est suite à une analyse préliminaire et à la lecture d'auteurs qui s'intéressent à la mondialisation de la communication, dont Wolton (2003), que nous avons choisi de formuler notre hypothèse par la négative.

Par ailleurs, l'UNESCO se préoccupe de la façon dont sont présentés les sites du patrimoine mondial aux touristes. En 2001, le Comité du patrimoine mondial

⁷ <http://whc.unesco.org/fr/apropos/>

a mis sur pied un programme de tourisme durable spécifiquement pour ces sites. Sept axes d'action ont été définis par ce programme pour améliorer la capacité des sites du patrimoine mondial de préserver leurs ressources grâce au tourisme durable. L'un de ces axes rejoint notre objet de recherche : faire mieux comprendre aux professionnels du tourisme la nécessité de protéger le patrimoine mondial, ses valeurs et ses politiques.

La présente recherche entend notamment confronter les ambitions idéalistes de l'UNESCO, en matière de tourisme, à la pensée d'auteurs qui s'intéressent aux questions culturelles et identitaires en contexte de mondialisation. Cette analyse se fera par le biais de l'Internet, média d'ouverture, qui permet la rencontre de l'altérité, tout en amenant l'utilisateur à questionner sa propre identité.

Le chapitre suivant nous fournira l'occasion de cerner les concepts clés liés à notre hypothèse de recherche. Nous verrons notamment comment le travail des relationnistes est influencé par l'arrivée des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC), plus spécifiquement de l'Internet. Puis, nous résumerons la pensée d'auteurs qui s'intéressent à la culture et à l'identité, à l'heure où les frontières géographiques et virtuelles se confondent.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Dans ce chapitre, nous aborderons les trois principaux thèmes liés à notre sujet de recherche. Au plan des relations publiques, d'abord, nous en dresserons un portrait global avant de nous pencher sur l'influence des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) sur leur exercice. Nous jetterons également un regard sur différentes études de réception utilisées à l'égard des médias électroniques. Puis, nous nous attarderons à la théorie de la modélisation de l'impact des médias, ce qui nous permettra de poser les fondements de notre méthodologie. Ensuite, nous verrons comment la notion de culture ne fait pas l'unanimité chez les chercheurs de différentes disciplines. Enfin, nous nous pencherons sur le concept d'identité qui, selon certains auteurs, est d'une importance capitale lorsqu'on aborde la question de la mondialisation de la communication.

2.1 Les relations publiques à l'ère de la mondialisation

Les relations publiques ont une origine si lointaine qu'il est difficile d'en tracer un historique précis, d'autant plus qu'elles n'ont pas toujours été nommées comme telles. Depuis l'Antiquité, où les Romains utilisaient des tracts et des rapports pour faire connaître les décisions de leurs dirigeants auprès de la population

(Maisonneuve, Lamarche et St-Amand, 1998, p. 14), jusqu'au XX^e siècle où de véritables programmes universitaires ont vu le jour au Québec pour répondre à la demande croissante des entreprises en ce domaine, les relations publiques évoluent et assument une véritable fonction de gestion, selon la définition qu'en donne la Société québécoise des professionnels en relations publiques (SQPRP) :

Les relations publiques sont une fonction de direction, de gestion et de communication, à caractère permanent, grâce à laquelle un organisme public ou privé vise à établir, à maintenir et à promouvoir des relations de confiance fondées sur la connaissance et la compréhension mutuelle entre cet organisme et ses publics, internes et externes, en tenant compte de leurs droits, besoins et attitudes, le tout conformément à l'intérêt du public. (Maisonneuve, Lamarche et St-Amand, 1999, p. 7)

Au sujet des relations publiques, Maisonneuve (2004) propose la métaphore de la cage de Faraday. Dans le domaine de la physique des ondes électromagnétiques, la cage de Faraday est un blindage qui protège un espace dont il garantit l'intégrité, tout en permettant certaines voies de communication avec l'extérieur. En communication, on peut la comparer à un environnement culturel qui voit au maintien de sa cohésion interne, tout en élaborant des stratégies de communications dans l'espace public. Quoiqu'elle puisse être très rassurante à l'égard des individus qui composent un groupe, la cage de Faraday peut également les couper de l'environnement plus large, ou alors créer un effet de distorsion des perceptions. Il en résulte une incommunicabilité progressive entre divers groupes culturels. Les relations publiques devraient contribuer à une communication bidirectionnelle entre les cultures, évitant le plus possible ces effets de distorsion des perceptions.

Dans le cadre de communication avec des publics internationaux, Maisonneuve (2004, p. 196) soutient par ailleurs que les nouvelles technologies sont particulièrement utiles puisqu'elles permettent une communication qui pourrait être impossible autrement.

Au cours des dernières décennies, les méthodes de travail des relationnistes se sont en effet profondément modifiées avec la progression fulgurante des NTIC, notamment de l'Internet. Des années 1960, alors que l'armée américaine voulait relier entre eux des ordinateurs de recherche, jusqu'au réseau informatique mondial que nous connaissons aujourd'hui, l'Internet est devenu un média incontournable pour les professionnels des relations publiques. Le public est dorénavant mondialisé. Ce qui distingue particulièrement ce moyen de communication des autres est son caractère direct. C'est en effet « le premier moyen de relations publiques de masse qui permet aux messages de passer directement de l'organisation aux publics sans être soumis à la fonction de " contrôle d'accès " des autres médias de masse » (Esrock et Leichty, 1999; cité dans Bérubé, Martel et Perreault, 2005, p. 3).

Dans *La galaxie Internet*, Castells (2002, p. 252) se penche sur le sujet de l'utilisation de l'Internet. Il soutient que les mouvements sociaux du XXI^e siècle, c'est-à-dire toutes ces actions collectives conscientes d'elles-mêmes qui visent à transformer les valeurs et les institutions de la société, se manifestent sur et par Internet. Le cyberspace est devenu une agora électronique planétaire. Castells fait la comparaison entre le mouvement ouvrier qui, à l'ère industrielle, ne pouvait être séparé de son cadre d'organisation qu'était l'usine. Internet n'est pas seulement une technologie, c'est l'infrastructure technologique de la forme d'organisation que sont les réseaux.

En communication internationale, on appelle *théorie de l'espace des flux* « cette forme d'organisation spatiale/sociale en réseau impulsé par le nouveau mode de développement, à savoir le mode de développement informationnel » (Katambwe, 2002, p. 103). Les échanges et les interactions entre les individus constituent les flux et ces derniers sont composés de capitaux, d'informations, de technologies, d'interactions organisationnelles, d'images, de sons et de symboles. L'utilisation de ces flux sous forme de réseau constitue la trame de la mondialisation.

Castells avance plusieurs raisons pour expliquer pourquoi l'Internet est l'ingrédient indispensable du type de mouvements sociaux qui émergent de la société en réseaux. Notamment, les mouvements sociaux de l'ère de l'information se mobilisent autour de valeurs culturelles. Des mouvements sociaux issus de l'ère industrielle, comme le mouvement ouvrier, élargissent leur portée en réclamant, par exemple, la justice sociale pour tous plutôt que la défense des intérêts d'une classe précise. D'autre part, des mouvements contemporains tels que :

les mouvements nationalistes ou religieux, relèvent d'un principe très ancien, mais revêtent un sens nouveau quand ils s'organisent en camps retranchés de l'identité culturelle, afin d'assurer une autonomie sociale dans un monde dominé par des flux d'information planétaire homogènes. (Castells, 2002, p. 252)

Castells affirme également que les mouvements sociaux actuels ne peuvent plus se contenter de rayonner uniquement sur la scène locale pour agir véritablement sur les sources de pouvoir du monde. Ils doivent être influents au niveau local, en lien avec leur identité, leurs préoccupations ; et agir à un niveau global, au niveau mondial.

Les relationnistes qui œuvrent à ce niveau font face à un important défi, tel que le mentionne Maisonneuve (2004, p. 156) :

Sur la scène internationale, le principal défi des relations publiques est d'abord d'ordre culturel : créer des liens de compréhension mutuelle afin de surmonter les multiples barrières d'incompréhension qui s'élèvent entre les divers environnements politiques, économiques, religieux, etc. Considérons ces obstacles comme autant de blindages modulaires qui génèrent souvent plus d'incommunicabilité que de réelle compréhension entre les interlocuteurs internationaux.

Dans ce contexte mondial, la mise en ligne d'information via l'Internet nous amène à questionner la réception des utilisateurs, c'est-à-dire comment les internautes utilisent l'information diffusée sur le Web.

2.1.1 Les études de réception : théorie des usages et théorie de l'appropriation

Breton et Proulx (2002, p. 231) soutiennent que le courant de recherche le plus connu dans le domaine des études de réception est probablement celui qui attribue aux spectateurs la capacité d'interpréter les messages. Ce décodage, d'abord individuel, peut être tributaire de plusieurs facteurs comme l'appartenance à un sexe, une génération, une classe socio-économique, etc. Il devient collectif lorsqu'il y a partage « commun d'un même mode d'interprétation du discours social [...], c'est-à-dire d'un même code ». Le récepteur qui participe à une communauté d'interprétation sent que son décodage personnel peut s'exprimer au sein du groupe et ce, même si les contenus spécifiques ne font pas l'unanimité.

Breton et Proulx croient que l'étude des usages est à privilégier pour penser les rapports entre société et technologie puisque cette méthode évite de tomber dans un déterminisme, qu'il soit social ou technologique. Il faut effectivement, selon eux (2002, p. 254) :

se donner les moyens pour observer le plus finement possible l'action effective de la technique dans la société à travers une description précise des usages des objets techniques qu'en font les gens. Il s'agit d'arrêter de discourir de manière abstraite sur les conséquences possibles de telle ou telle technologie et d'aller voir précisément ce que font réellement les gens avec cette technologie.

Le spectre de définitions qu'on peut donner à la notion d'usage est large : il peut s'agir d'une simple adoption (achat, consommation) jusqu'à une réelle appropriation.

Michel de Certeau (1990) s'intéresse lui aussi à la question des usages, plus particulièrement à la façon dont les gens ordinaires expriment leur créativité

culturelle. C'est ce qu'il appelle les *opérations* des pratiquants. Il ne s'intéresse pas tant aux produits culturels offerts, qui seraient consommés de façon passive, qu'aux usages qui sont faits de ces produits. C'est le fondement de son célèbre ouvrage *L'invention au quotidien*.

De Certeau considère que chaque individu est un lieu où évoluent des combinaisons d'opérations qui composent une culture quotidienne. Lorsqu'il traite d'analyse des médias et des NTIC, de Certeau nous met en garde : il ne suffit pas de décomposer les contenus des messages culturels. Selon lui, il faut s'attarder aux marques laissées par les pratiques des consommateurs. Il faut étudier ce que le récepteur « fabrique » avec le message.

Selon Breton et Proulx (2002, p. 260), il existe trois points d'entrée pour les travaux sur les usages : a) la diffusion et l'adoption de la technologie ; b) l'innovation ; c) l'appropriation de cette technologie par l'utilisateur.

2.1.1.1 Diffusion et adoption de la technologie

Dans *Communication Technology : the New Media in Society* (1986, p. 168), Rogers affirme que les nouvelles technologies d'information et de communication augmentent le niveau informationnel, c'est-à-dire la quantité d'information disponible pour les individus.

En 1995, il a développé un modèle de diffusion pour lequel l'information véhiculée concerne toujours un changement social, qu'il soit planifié ou spontané (il s'agit alors d'une *dissémination* plutôt que d'une diffusion). Le chercheur doit comprendre pourquoi certaines innovations sont plus facilement adoptées que d'autres et il doit classer l'ensemble des adoptants dans l'une de ces cinq catégories : innovateurs, adoptants précoces, première majorité, majorité tardive et retardataires.

Rogers avance quatre facteurs pour expliquer une diffusion réussie : premièrement, il y aurait dans la diffusion des caractéristiques favorables à l'innovation, comme par exemple les avantages liés au produit, la compatibilité avec les valeurs du récepteur, la possibilité d'en faire facilement l'essai, etc. Ensuite, une diffusion réussie peut être attribuable aux stratégies de communication mises de l'avant pour convaincre le public cible de l'efficacité de l'innovation. Troisièmement, le succès d'une diffusion peut être associé à un facteur temporel. Les adoptants doivent en effet passer avec succès cinq étapes avant qu'on puisse affirmer que l'innovation ait réussi : « connaissance de l'objet, conviction intime de sa pertinence, décision d'adoption, essai d'usage, confirmation de la décision » (Breton et Proulx, 2002, p. 263). Le quatrième et dernier facteur explicatif est lié à l'ensemble social dans lequel le processus se déroule. Des éléments attribués à cet ensemble, comme par exemple le contexte économique, les normes sociales ou le rôle des leaders d'opinion, peuvent altérer la diffusion de l'innovation.

Avec son modèle, Rogers nous renseigne notamment sur ce qui est en aval de l'objet technique, en décrivant les processus d'influence sociale qui suscitent l'adoption des innovations, ce qui rejoint particulièrement notre problématique de recherche. Comment la notion d'appartenance des sites du patrimoine mondial à tous les peuples du monde est-elle présentée sur le Web ? Favorise-t-elle l'adoption de valeurs universelles telles que celles liées à la protection et à la conservation des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO ?

Pour Rogers, l'usage fait partie de l'adoption alors que pour Breton et Proulx, l'usage rogérien est considéré comme une étape préalable à l'usage effectif de l'objet.

2.1.1.2. Innovation

Dans les études de réception, l'innovation peut prendre deux significations différentes. L'approche rogérienne la considère comme une entité, par exemple un objet ou une idée. Callon et Latour (1985-86) du Centre de sociologie de l'innovation (CSI) de l'École des mines de Paris la considèrent plutôt comme un processus, c'est-à-dire le travail des acteurs sociaux qui conçoivent un objet technique. Cette innovation est en amont de ce que Rogers appelle la diffusion. Cet objet technique virtuel est susceptible d'alimenter les discussions parmi les acteurs sociaux qui le perçoivent et/ou veulent le concevoir de différentes façons. Ici, les communicateurs et les stratèges politiques pourront mobiliser le plus grand nombre de personnes en faveur de leur idée. Comme cet objet technique emprunte le circuit de la diffusion, il sera testé dans différents contextes d'usage. Les utilisateurs ont donc un rôle actif au sein du processus d'innovation.

2.1.1.3. Appropriation de la technologie

La notion d'appropriation est très utilisée lorsqu'il est question de l'usage des NTIC, mais il est difficile d'en trouver une définition claire qui fasse l'unanimité. Breton et Proulx (2002, p. 272) soutiennent que la réalisation de l'appropriation d'une technologie suppose les conditions suivantes :

d'abord un niveau minimal de maîtrise technique et cognitive de l'artefact par l'utilisateur. Ensuite, il [...] suppose une intégration significative de l'objet technique dans la vie quotidienne de l'utilisateur (au travail ou hors travail). Cette maîtrise et cette intégration devront être suffisamment avancées pour permettre à l'utilisateur de réaliser à l'occasion, à l'aide de l'objet technique, des gestes de création, c'est-à-dire des actions qui génèrent de la nouveauté en regard de

ses pratiques habituelles⁸. Enfin, et pour rejoindre ici spécifiquement le niveau collectif de l'appropriation, il apparaît nécessaire que l'utilisateur soit adéquatement *représenté* que ce soit dans le cadre de l'élaboration de politiques publiques concernant l'innovation technique ou dans celui de la délimitation de l'offre industrielle d'objets techniques le concernant.

Autrement dit, l'utilisateur devrait avoir un contrôle, même relatif, auprès des porte-parole qui le représentent devant l'État. Ces derniers ont le défi de changer la représentation dominante de l'utilisateur comme étant un consommateur passif.

Dans *La galaxie Internet* (2002, p. 246), Castells aborde également la notion d'appropriation des NTIC. Il affirme que les individus, les institutions, les entreprises et la société transforment la technologie en se l'appropriant, en l'expérimentant. Ceci est encore plus vrai pour le phénomène Internet puisqu'il concerne le langage humain, qui nous distingue biologiquement du reste du monde vivant. Ce phénomène intervient donc dans nos vies de manière essentielle. Par ailleurs, nous transformons cette technologie en nous livrant à des activités avec elle. De cette interaction émerge une nouvelle structure socio-technique.

Selon Castells, si l'Internet a un quelconque effet sur l'interaction sociale, il serait plutôt positif puisque les utilisateurs semblent accéder plus facilement, grâce à lui, aux autres sources d'information. En effet, il apparaît que les internautes participent davantage aux activités culturelles que les non-utilisateurs, après contrôle des variables.

L'Internet est un moyen de communication permettant plusieurs applications (Castells 2002, p. 246) :

Internet est un moyen de communication doté de sa propre langue et de sa propre logique qui traverse tous les champs de l'expression culturelle. La communication qu'il instaure est en général intégrée à

⁸ Rappelons ici les quatre moments de cette intégration, selon Toussaint (1993) : adoption, découvertes, apprentissage et banalisation.

une pratique sociale et non exclusivement liée à un monde imaginaire de jeux de rôles. On l'utilise pour diffuser des messages politiques, communiquer par *e-mail*⁹ dans sa vie quotidienne, transmettre des idées, chercher des informations. Internet est communication et non loisir, du moins pas essentiellement. C'est l'*open-source*¹⁰, l'envoi gratuit, la radiodiffusion décentralisée, l'interaction inventive, la communication pour agir et la création collective qui s'expriment sur Internet.

Au sujet de la culture humaine, Castells affirme qu'elle est créée par les esprits, non par les machines. Ces esprits ont la capacité de trier des éléments, d'en choisir, de les agencer : il s'agit de l'hypertexte. Cet hypertexte est en chacun d'entre nous, en notre capacité de faire des liens entre les différents champs culturels. C'est exactement ce que nous permet de faire l'Internet : « L'hypertexte n'est pas produit par le multimédia qui utiliserait Internet pour nous atteindre, il est produit par nous qui utilisons Internet pour aspirer les expressions culturelles et multimédia – et autres » (Castells 2002, p. 249).

Cet hypertexte est différent pour tous, et plus ou moins modeste selon les moyens de largeur de bande accessible à chacun. Castells baptise cette culture *culture de la virtualité réelle* : virtuelle parce qu'elle est élaborée à partir d'outils électroniques ; réelle parce qu'elle est notre réalité fondamentale, ce à partir de quoi nous vivons nos vies. « Cette virtualité est notre réalité. Voilà ce qui caractérise la culture à l'ère de l'information : c'est essentiellement en passant par la virtualité que nous créons du sens » (Castells, 2002, p. 250).

Considérant que nous avons tous en nous un hypertexte individualisé, on est en droit de se demander comment nous pouvons parler la même langue et entrer en communication les uns avec les autres. La réponse la plus évidente est le partage de l'expérience commune. Les esprits, selon Castells, sont câblés dans un environnement social, en vivant quotidiennement leur vie. Mais cette société en

⁹ En italique dans le texte.

¹⁰ En italique dans le texte.

réseaux qui invite à des expériences de plus en plus individualistes peut entraîner des zones de dissonance cognitive. Donc, plus un individu possède un hypertexte individuel, plus il aura de difficulté à trouver un sens commun. C'est la raison pour laquelle, selon Castells (2002, p. 251-252), la communication dépend de l'existence de *protocoles d'échange* du sens, qui servent de ponts entre les hypertextes personnalisés :

Le plus important de ces protocoles aujourd'hui, c'est l'art, dans toutes ses manifestations (dont, bien sûr, la littérature, la musique, l'architecture et les arts graphiques). L'art a d'ailleurs toujours servi (même s'il n'y prétend pas) à bâtir des ponts entre ceux que séparaient la nationalité, la culture, la classe, l'ethnie, le sexe ou le pouvoir – des ponts signifiants, qui parfois exprimaient des affrontements sociaux entre les êtres humains des deux bords d'une contradiction riche de sens. L'art a toujours été un protocole d'échange pour restaurer l'unité de l'expérience humaine par-delà l'oppression, la différence, le conflit. Peindre les puissants dans leur misère humaine, sculpter les opprimés dans leur dignité humaine, relier les splendeurs de notre environnement aux enfers de notre psyché comme dans les paysages de Van Gogh, c'est dépasser les inévitables épreuves de la vie pour trouver l'expression de la joie, de la douleur, du sentiment, qui nous réunit tous et fait que cette planète, malgré tout, est vivable.

Ainsi, selon Castells, l'art joue un rôle capital au plan des communications dans l'actuelle société en réseaux. Ce constat rejoint le positionnement de l'art en tant qu'élément central des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, selon l'article 1 de la *Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel*, adoptée par la Conférence générale de l'UNESCO, le 16 novembre 1972 à Paris :

Aux fins de la présente Convention sont considérés comme « patrimoine culturel » :

- les monuments : œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science,

- les ensembles : groupes de constructions isolées ou réunies, qui, en raison de leur architecture, de leur unité, ou de leur intégration dans le paysage, ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science.

De plus, dans *La trousse d'information sur le patrimoine mondial* publiée par l'UNESCO (2005, p. 14), on mentionne les critères de sélection des sites du patrimoine mondial, parmi lesquels on retrouve celui-ci : « (vi) être directement ou matériellement associé à des événements ou des traditions vivantes, des idées, des croyances ou des œuvres artistiques et littéraires ayant une signification universelle exceptionnelle ».

Pour étudier les différentes manifestations de l'art en tant que protocoles d'échange dans un contexte mondialisé d'hypertextes individualisés, voyons la théorie de la modélisation de l'impact des médias, telle que développée par Grunig *et al.* (1992).

2.1.2 La théorie de la modélisation de l'impact des médias

James E. Grunig est une importante référence pour les professionnels des relations publiques de tous les horizons. Ses études portent principalement sur leurs rôles et sur les facteurs pouvant conduire à des communications efficaces entre une organisation et ses publics. Dans *Excellence in Public Relations and Communication Management* (Grunig *et al.*, 1992, p. 558), il soutient notamment que les excellents départements de communication dans les organisations sont ceux qui font des relations publiques symétriques. Pour les relationnistes, cela se traduit par la négociation et des compromis avec les différents publics de l'organisation plutôt qu'à une lutte de pouvoir. Le processus des relations publiques est ainsi comparé à un dialogue, tant au niveau des communications que de leurs effets. Il doit y avoir une communication bidirectionnelle entre les acteurs des organisations (incluant les

gestionnaires et les employés) et les publics ; tous ces acteurs étant susceptibles de s'inter-influencer.

Grunig postule de plus que l'efficacité d'une organisation est d'autant plus grande que les gestionnaires orientent leur stratégie de communication vers l'atteinte d'objectifs précis. Ainsi, les plans de communication devraient être constitués d'objectifs réalistes. De cette façon, il est plus facile de mesurer l'atteinte des campagnes de communication. Or, les buts d'une campagne sont parfois trop abstraits pour qu'on puisse les mesurer convenablement. En liant des objectifs précis à des buts généraux, les professionnels des relations publiques peuvent mesurer plusieurs objectifs qui mènent à l'atteinte d'un but dans une campagne de communication.

À ce sujet, on retrouve ceci dans *La trousse d'information sur le patrimoine mondial* de l'UNESCO (2005, p. 8) :

Compte tenu de l'ampleur des défis à relever en faveur de notre patrimoine commun, nous : [...]

défendrons la cause du patrimoine mondial par la communication, l'éducation, la recherche, la formation et la sensibilisation.

veillerons à assurer, à tous les niveaux, la participation active de nos communautés locales à l'identification, la protection et la gestion des biens du patrimoine mondial.

Broom et Dozier (1990, p. 44) affirment, quant à eux, qu'un objectif, pour être utile lorsqu'on évaluera un programme de communication, doit spécifier : a) le public cible ; b) la nature du changement prévu ; c) la connaissance précise, l'attitude ou le comportement à atteindre ; d) le montant ou degré de changement désiré ; et e) une date d'échéance pour la réalisation de cet objectif.

Découpant lui aussi les programmes de communication en étapes distinctes, Grunig a développé le modèle du domino pour expliquer l'incidence d'un message

sur le comportement du public visé par une campagne. Cinq étapes, représentées par des dominos qui tombent les uns après les autres, illustrent sa théorie :

1. Information reçue
2. Information acceptée
3. Information retenue
4. Changement d'attitude
5. Changement de comportement

Les trois premiers dominos se situent au niveau de l'influence cognitive ; on parle ici de la modification des connaissances acquises sur l'objet du message envoyé. Le point quatre, l'attitude, concerne l'influence affective, celle qui va faire changer la perception d'une marque ou d'une caractéristique d'un produit. Le comportement (point cinq) se situe au niveau de l'influence conative, celle qui induira vraisemblablement une action de la part du récepteur.

Notre projet de recherche se situe au niveau du premier domino, du message. L'information est-elle disponible ? Les pages Web de sites du patrimoine mondial mentionnent-elles que ces sites appartiennent à l'ensemble de l'humanité ? Les professionnels des relations publiques responsables de ces pages Web ont-ils adéquatement formulé le message ? L'ont-ils positionné de manière à ce qu'il soit facilement accessible ? Bref, ont-ils bien fait le pont entre leur organisation et le public, par le biais du média de l'Internet ?

La vérification auprès d'un public si l'information disponible sur le Web a une réelle influence sur leurs comportements serait une recherche plus complète que ce mémoire de maîtrise. Dans le cadre d'un travail de doctorat, par exemple, il serait pertinent de vérifier à l'aide de groupes focus ou par le biais du modèle d'évaluation de pages Web — cette technique de cueillette de données qui consiste notamment à enregistrer la voix des participants qui verbalisent leurs pensées en effectuant une tâche spécifique — comment les internautes reçoivent l'information émise par les

responsables des communications qui mettent en ligne des pages Web pour présenter des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Mentionnons enfin que la théorie de l'excellence développée par Grunig *et al.* (2002) insiste sur l'importance d'établir des communications bidirectionnelles. À cet égard, nous pourrions notamment vérifier, sur certaines pages Web des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, si les utilisateurs peuvent écrire aux responsables des pages Web et si, après avoir posé une question, ils obtiennent une réponse satisfaisante.

2.2. Culture mondiale versus cultures locales

La culture est une notion qui ne fait pas l'unanimité parmi les chercheurs de différentes disciplines et il est difficile d'en donner une définition satisfaisante pour tous. L'UNESCO, institution au cœur de notre problématique, la définit comme suit :

La culture doit être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société, ou un groupe social ; [...] elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.

Traitant spécifiquement des relations publiques dans la gestion des enjeux sociaux, Maisonneuve (2004, p. 37) soutient que la culture fournit aux individus et aux organisations les éléments d'interprétation de la réalité :

La connaissance, au sens large du terme, devient alors un processus culturel par lequel les membres d'une société accordent un sens commun à leur réalité. Ils interprètent, en la décodant de façon multidimensionnelle, l'information qui supporte cette culture dans un cadre communicationnel plus large.

De son côté, lorsqu'il aborde la question spécifique du Web, Proulx (2004, p. 66) définit la culture comme une notion à la fois externe et intrinsèque aux individus composant une société :

La culture c'est, entre autres, l'ensemble des productions symboliques et des connaissances propres à une société donnée. La manière qu'adoptent les membres d'une société pour produire des biens symboliques ou pour acquérir des connaissances fait partie intégrante de cette culture. Les transformations aussi, qui surviennent dans l'organisation d'une société, s'y répercutent.

Dominique Wolton s'intéresse aussi à la question de la culture, notamment dans *L'autre mondialisation* (2003, p. 40). Pour lui, la culture est plus large que celle liée au patrimoine qu'il appelle la *culture cultivée*. Bien qu'elle y soit liée en certains points, elle concerne aussi tous les moyens mobilisés par les individus pour essayer de vivre dans leur temps. Il lui donne la définition suivante : « *La culture, c'est finalement l'ensemble des attitudes qui permettent de se situer par rapport au monde contemporain*¹¹. »

Il affirme que la culture a toujours englobé ces deux dimensions : l'identité liée au patrimoine pour conserver ses racines, l'ouverture liée à l'histoire pour penser le monde contemporain. Depuis un siècle, les proportions entre les deux dimensions de la culture ont changé. Aujourd'hui, la dimension d'ouverture est tellement présente qu'on peut s'attendre, selon Wolton, au retour d'une problématique identitaire.

Nicolas Journet (2002, p. 12) croit lui aussi que la notion de culture est indépendante de celle de tradition ou de patrimoine historique. Il ajoute qu'elle est une partie intégrante de l'identité des individus :

[...] elle se résume à la conscience des individus d'avoir une identité investie dans certaines particularités morales ou coutumières

¹¹ En italique dans le texte.

partagées. [...] La culture devient alors un attribut incorporé à la personne, inséparable de son identité. C'est pourquoi la notion d'identité et ses déclinaisons sont étroitement liées au développement d'une vision culturaliste des sociétés.

Denys Cuche (2002, p. 204), quant à lui, affirme que la conception de la culture considérée comme garante des traditions est battue en brèche : « Bien souvent, c'est au contact des autres que se font les cultures. »

Les *Autres* et les différences culturelles sont de plus en plus visibles, notamment via le média de l'Internet, et c'est ce qui fait dire à Wolton (2003, p. 9) que « l'information ne suffit plus à créer la communication, c'est même l'inverse ». Il faut en effet faire de grands efforts pour mieux se comprendre : « Le monde est devenu un village global sur le plan technique, il ne l'est pas sur le plan social, culturel et politique. »

Dans le cadre de notre projet de recherche, qui a pour objet d'étude les pages Web de sites du patrimoine mondial, nous nous attardons spécifiquement au volet patrimonial de la culture qui fait partie d'une culture plus large. Les sites du patrimoine mondial, comme on l'a vu, sont des représentations culturelles concrètes de différents peuples du monde.

2.3 La notion d'identité en contexte mondial

Dominique Wolton (2003, p. 11) soutient que nous devons repenser les relations entre ce qu'il appelle le *triangle infernal* : identité, culture et communication. Nous devons réfléchir sur la cohabitation culturelle qui est au cœur de la troisième mondialisation¹². Selon Wolton, cette troisième mondialisation passe par une autre

¹² La première mondialisation étant la création de l'ONU et la deuxième, la mondialisation économique.

révolution : il faut revaloriser le récepteur, le public. La grande diversité des récepteurs est d'ailleurs le principal frein à la mondialisation.

Rejetant l'optimisme technologique de certains auteurs, Wolton (2003, p. 13) croit que non seulement la troisième mondialisation n'améliore pas la proximité culturelle, mais elle nous fait prendre davantage conscience de nos différences : « [...] *la fin des distances physiques révèle l'importance des distances culturelles*¹³. »

Nous savions que nous étions différents, mais nous étions portés à croire que la même information pouvait être acceptée par tous. Au contraire, un fossé se creuse entre information et communication. « C'est un certain modèle universaliste – en réalité occidental – de l'information et du lien entre information et communication qui s'effondre » (Wolton, 2003, p. 19).

Dans la même veine, Wolton affirme que plus on s'ouvre au monde, plus on participe à une sorte de « culture mondiale », plus le besoin de défendre son identité (culturelle, régionale, linguistique) se fait sentir. Il aborde la question de l'émergence d'un patrimoine culturel mondial en ces termes (2003, p. 46) :

De même qu'il est fondamental de ne pas confondre la mondialisation des techniques avec la mondialisation de la communication, de même il est essentiel de ne pas confondre la mondialisation des industries culturelles avec ce qui serait la culture mondiale. [...]. Et c'est bien parce qu'il y a déséquilibre entre l'omniprésence des industries culturelles et l'absence de réalité d'une culture mondiale que la mondialisation des industries culturelles pose problème. [...] La mondialisation de la culture n'est ni un fait, une valeur, ni un idéal; elle est *une épreuve à penser*¹⁴. En effet, la question de la diversité culturelle, celle du multiculturalisme, celle de l'exception culturelle ne sont plus des question de « riches », mais bien les conditions de la paix de demain.

¹³ En italique dans le texte.

¹⁴ En italique dans le texte.

Wolton soutient que la culture de masse qui est liée à la démocratisation et aux médias est compatible avec la mondialisation. Or, ce qui est lié aux identités territoriales, à l'histoire, aux identités nationales, aux langues, aux savoir-faire, à la vie quotidienne, aux styles, aux rythmes, est souvent menacé par la mondialisation économique si ses représentations ne sont pas solidement ancrés. Avec la mondialisation de la communication, les cultures bougent, s'exportent. Elles ne sont plus seulement liées à des territoires et à des histoires. C'est une ouverture culturelle extraordinaire, d'autant plus que ce n'est pas seulement la culture américaine qui s'exporte.

En cinquante ans, plusieurs aspects des différentes cultures identitaires nationales ont circulé sur la planète, grâce notamment aux techniques de communication, à la démocratisation des voyages et au rôle des médias. On assiste à une certaine sensibilisation mutuelle. Un autre phénomène à connotation politique se profile : il s'agit d'un sentiment de dépossession (Wolton, 2003, p. 53) :

La mondialisation a des effets différents selon les aspects de la réalité. Parfois elle unit, parfois elle oblige à plus d'ouverture. Concernant la culture au sens large, la mondialisation, en déstabilisant toutes les identités, en rendant plus visibles les inégalités, en accentuant le poids de la modernité, crée des déséquilibres. Après la séduction de l'ouverture apparaît le besoin de retrouver ce qui fait sens pour soi : l'identité culturelle devient alors un phénomène central. Ainsi ne faut-il jamais sous-estimer les revendications culturelles, sinon elles deviennent les antichambres de la révolte.

Dans *La mondialisation de la communication*, Mattelart fait mention du métissage qui est une conséquence directe de la mondialisation. Or, il y a également émergence d'un schéma de valeurs et de comportements à vocations universelles due à l'omniprésence des États-Unis, société qui communique le plus au monde avec 65 % de l'ensemble des communications qui partent du territoire étatsunien. Plutôt que d'assister à l'uniformisation de la planète, Mattelart remarque que les

instruments d'homogénéisation (publicités, armements, mode, etc.) sont en fait rapatriés par les cultures locales. Il en résulte différentes formes de métissage :

Les nouveaux concepts entendent montrer que loin de disparaître de la carte du monde, les cultures locales se reformulent, en procédant à un alliage du « moderne » et de la « tradition », et élaborent ainsi les bases de leurs propres industries culturelles et de leur propre champ de création artistique (Mattelart, 2002, p. 79).

Mattelart (2002) nous rappelle enfin, à l'instar de Wolton, que les mouvements qui poussent les peuples et les nations à se réapproprier leur culture sont très mitigés : ces mouvements peuvent conduire à la fermeture de sa propre identité, à l'intolérance envers l'Autre.

Dans *Le pouvoir de l'identité*, Castells affirme, dans le même sens, que les manifestations d'identités collectives observées depuis les 25 dernières années sont une conséquence de la mondialisation. Multiples et diversifiées, ces manifestations viennent défier la mondialisation en puisant aux sources historiques de chaque identité. Il ajoute que l'identité est, pour les individus, la source du sens et de l'expérience; elle est toujours une construction, jamais une découverte. Castells donne la définition suivante de l'identité :

le processus de construction de sens à partir d'un attribut culturel, ou d'un ensemble cohérent d'attributs culturels, qui reçoit priorité sur toutes les autres sources. Un même individu, ou un même acteur collectif, peut en avoir plusieurs. Mais cette pluralité d'identités engendre des tensions et des contradictions, tant dans l'image qu'il se fait de lui-même que dans son action au sein de la société (Castells, 1999, p. 14).

Selon lui, l'élaboration d'une identité emprunte ses matériaux à plusieurs concepts, parmi lesquels certains sont liés à certains types de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, notamment ceux de l'histoire, de la géographie et de la mémoire collective. Les sites du patrimoine mondial représentent en effet :

l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations à venir. Nos patrimoines culturel et naturel sont deux sources irremplaçables de vie et d'inspiration. Ce sont nos pierres de touche, nos points de référence, les éléments de notre identité. (UNESCO, 2005, p. 5).

La construction d'identité puise également, selon Castells, dans la biologie, les appareils de pouvoir et les révélations religieuses. Son hypothèse (1999, p. 22) s'énonce comme suit : « *Les sujets, si et quand ils sont construits, ne le sont plus à partir des sociétés civiles, qui sont en passe de se désintégrer, mais dans le sillage d'une résistance communautaire¹⁵.* »

Il croit encore que l'âge de la mondialisation amène une résurgence du nationalisme qui se manifeste notamment par une reconstruction d'identités fondées sur la nationalité qui s'affirme contre l'étranger. Non seulement le nationalisme n'est pas disparu, mais on observe un durcissement des micro-nationalismes. Castells (1999, p. 41) évoque l'urgent besoin d'exprimer son identité propre et de la faire reconnaître concrètement par les autres.

[...] La plupart des nationalismes qui réussissent supposent une certaine communauté antérieure de territoire, de langue ou de culture qui sert de matière première au projet intellectuel de nationalité. Mais il faut se garder d'"essentialiser" ces communautés, passées, comme si elles avaient toujours existé "en profondeur", ou préfiguraient simplement une histoire encore à venir [...]. Le plus souvent, la culture n'est pas ce qu'une population partage mais ce pourquoi elle a décidé de se battre.

Castells et Wolton s'entendent donc pour dire que les manifestations collectives locales d'identité sont le plus souvent en réaction à la mondialisation. Pour Wolton (2003, p. 69), la question centrale, par rapport au défi politique de demain, est de savoir « *à quelle condition construire une identité culturelle relationnelle et éviter l'identité culturelle-refuge¹⁶, souvent agressive* ». Il avance qu'il

¹⁵ En italique dans le texte.

¹⁶ En italique dans le texte.

faut un projet politique qui accepte de parler des rapports entre les autres et nous. Il faut reconnaître l'altérité et trouver le moyen de construire une relation avec l'Autre. C'est la recherche d'un moyen de cohabitation, où l'on reconnaîtrait les spécificités des collectivités, tout en admettant l'adhésion à certaines règles, qui permettra de transcender les différences.

Lorsqu'il traite de cohabitation culturelle, Wolton (2003, p. 93) affirme qu'il est impératif de réfléchir à un projet politique susceptible de la rendre possible. « *C'est en reliant la culture au social et au politique que l'on peut éviter les dérives identitaires.* »¹⁷ Pour construire ce projet politique de cohabitation culturelle, Wolton avance neuf propositions parmi lesquelles certaines sont liées aux problématiques de visibilité du concept d'appartenance des sites du patrimoine mondial à tous les peuples du monde :

- a) Assumer la diversité des langues
- b) Promouvoir la laïcité
- c) Garantir le pluralisme médiatique
- d) Relier diversité culturelle et droits de l'homme
- e) Valoriser l'apport de l'immigration
- f) Mieux informer sur l'opposition Nord-Sud
- g) Mettre en œuvre la cohabitation culturelle
- h) Faire voter les immigrants
- i) Penser le tourisme

Au point a), *Assumer la diversité des langues*, Wolton (2003, p. 102) croit qu'il faut à tout prix conserver les langues nationales. En effet, on ne peut pas parler de cohabitation culturelle si tout le monde parle l'anglais. La langue est bien plus qu'un regroupement de mots ; c'est une manière de penser, de vivre, de rêver. Penser qu'une plus grande efficacité au niveau des échanges mondiaux serait rendue possible si tout le monde utilisait l'anglais est une façon trop technique d'aborder la

¹⁷ En italique dans le texte.

communication. « *La langue, c'est l'identité*¹⁸. Il n'y a aucune identité culturelle possible sans respect des identités linguistiques. »

Castells abonde dans le même sens dans *Le pouvoir de l'identité* (1999, p. 70). Il formule l'hypothèse suivante :

*[...] la langue, et tout particulièrement une langue pleinement développée, est un attribut fondamental de la conscience de soi : elle établit une frontière nationale invisible, moins arbitraire que celle du territoire et moins exclusive que celle de l'ethnie*¹⁹.

Ceci s'explique facilement par l'histoire : la langue assure le lien entre la vie publique et la vie privée, entre le passé et le présent et ce, peu importe le degré d'importance qu'accorde l'État à une communauté culturelle. Castells considère que la langue, expression directe de la culture, est le front de résistance culturelle, le « dernier bastion du pouvoir autonome ». Et ceci parce que l'idéologie de la modernité invite à une culture mondiale homogène.

Au sujet de la langue sur Internet, Jean-Claude Guéron (1996, p. 76) rappelle par contre que dans ce média, toutes les langues ne circulent pas avec la même facilité. Pour le courriel, le code américain ASCII ne transmet intégralement que l'anglais et par hasard une ou deux autres langues comme le néerlandais. Des problèmes se posent lorsque sont utilisés les accents, cédilles et autres signes diacritiques. Par ailleurs, puisqu'une majorité de forums de discussion et de documents sont écrits en anglais, on a l'impression que l'Internet est au service exclusif de cette langue.

Guéron croit pourtant que l'Internet n'est pas une menace pour les langues du monde. Au contraire, il peut leur permettre de se donner une portée mondiale :

¹⁸ En italique dans le texte.

¹⁹ En italique dans le texte.

Ni territoire, ni marché, un espace linguistique dans l'Internet apparaît plutôt comme un carrefour où, grâce à une langue partagée, des milliers ou des millions d'individus peuvent communiquer entre eux. Chaque espace linguistique apparaît alors comme une grande place publique dont l'identité dépendra autant des types de rapports que ses occupants choisiront d'entretenir entre eux que de la langue qu'ils choisiront. Les langues peuvent contribuer à préserver la diversité des cultures. L'anglais, en jouant aussi ce rôle, peut trouver une façon d'équilibrer la fonction de langue véhiculaire que, par ailleurs, il est appelé à remplir.

Maisonneuve (2004, p. 172) évoque le rôle des relationnistes dans le contexte de communications auprès de publics internationaux qui ne partagent pas la même langue :

Le travail du relationniste dépasse donc l'effort de traduction pour atteindre une réelle adaptation culturelle. Ainsi, il doit s'assurer que la structure des textes qu'il conçoit, destinés à une allocution ou à un document imprimé, multimédia ou scriptovisuel, respecte l'identité culturelle du destinataire et les particularités de ses modes de communication.

Parmi les propositions de Wolton pour construire un projet de cohabitation culturelle, donc, le point f) *Mieux informer sur l'opposition Nord-Sud* est une mise en garde. Wolton nous invite en effet à éviter de croire que tout ce qui est Blanc est riche et mauvais, alors que tout ce qui est pauvre et de couleur est bon. Simplement, les pays riches devraient être ceux qui amorcent le dialogue, spécialement parce qu'ils ne cessent de vanter les vertus du village global et du progrès de l'interactivité. Pourtant, ce sont eux qui sont souvent davantage réfractaires aux autres cultures.

Enfin, le point i), *Penser le tourisme*, touche directement notre problématique de recherche. Même si le tourisme est souvent identifié à plusieurs stéréotypes liés à la culture populaire, il est aussi un facteur d'ouverture et d'intérêt. Très peu d'études sur le tourisme de masse au niveau mondial existent. À l'heure actuelle, les pays du Sud trouvent des ressources dans le tourisme, mais ils pourraient un jour devenir hostiles et se fermer, surtout s'il s'y pratique une forme de tourisme non

durable, contribuant au renforcement de l'impérialisme commercial lié à la globalisation. Les peuples du Nord ne souhaitent pas accueillir les immigrants chez eux, mais aiment bien voyager librement, refusant de voir les dégâts que leur développement amène chez les autres.

Les sites du patrimoine mondial sont intimement liés au tourisme mondial, dans une perspective de développement durable. L'UNESCO reconnaît d'ailleurs qu'une « inscription d'un site sur la *Liste du patrimoine mondial* suscite autour du site et de ses valeurs exceptionnelles une prise de conscience et une curiosité inévitables et positives. Elle entraîne aussi la multiplication des activités sur le site et du nombre de touristes qui viennent le visiter ». (UNESCO, 2005, p. 21).

Ainsi, sept axes d'action ont été définis par le programme de tourisme durable du patrimoine mondial de l'UNESCO pour améliorer la capacité des sites du patrimoine mondial à préserver leurs ressources grâce au tourisme. Est particulièrement pertinent celui d'« aider à promouvoir les produits locaux au niveau local, national et international » (UNESCO, 2005, p. 21).

Wolton (2003, p. 202) soutient finalement que la cohabitation culturelle comme troisième pilier de la mondialisation soulève une question essentielle :

Comment organiser de manière pacifique et démocratique la question du rapport à l'Autre ? Un Autre qui n'est plus abstrait et éloigné, mais omniprésent, sans être pour autant plus familier, ou compréhensible. Et cet Autre qui s'impose comme une réalité sociologique oblige à prendre en compte tous les éléments de la diversité culturelle, mais aussi tous les éléments qui font lien, à l'échelle des sociétés. Les médias de masse, si dévalorisés, constituent dans cette perspective des *moyens privilégiés*²⁰, pour à la fois préserver les identités collectives, et se sensibiliser à l'Autre sans se sentir menacé.

²⁰ En italique dans le texte.

Wolton (2003, p. 205) spécifie qu'il faut repenser notre rapport au temps et à l'espace. La modernité nous a habitués à la vitesse, mais il faudra prendre notre temps pour rencontrer l'Autre. Il ne faut pas hésiter à revenir aux traditions, aux racines et à la géographie comme conditions de rencontre. « Tout se passe comme si les contraintes de la cohabitation culturelle nous obligeaient à revaloriser ce que les performances de la modernité avaient considéré comme "dépassé" .»

Lorsqu'il aborde à son tour la question identitaire dans le contexte de l'Internet, Proulx (2004, p. 135) affirme que ce média permet à l'utilisateur de se questionner sur sa propre identité :

D'abord dans des jeux de rôle, en jouant et simulant d'autres identités, mais aussi en s'identifiant à de nouveaux « nous », c'est-à-dire des sujets collectifs constitués au-delà des frontières géographiques et susceptibles de créer des solidarités transversales, par exemple entre les membres de diasporas ou de minorités dispersées sur la planète. À travers ces pratiques, de nouvelles images de soi, de la société et du monde se construisent.

Ainsi, il est pertinent d'étudier la visibilité du concept d'appartenance des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO à tous les peuples du monde via le média de l'Internet, qui permet cette ouverture pour rencontrer l'altérité. D'autant plus que, comme le soutient Duplin (2004) dans *L'hystérie identitaire*, la présente crise des identités dépasse les enjeux politiques. La culture – au sens large du terme – devrait permettre aux individus de communiquer dans le temps et dans l'espace, de surpasser les différences. L'espace culturel ne peut se résumer à l'addition d'identités partagées, d'expériences singulières qui se mêlent et s'influencent.

L'enjeu consiste à transmettre les savoirs : c'est par la connaissance qu'on pourra mener la lutte aux enfermements identitaires. Il faut questionner les systèmes scolaires, la qualité de l'information qui circule, et le rôle des médias en tant que liant social. Il faut que la société bénéficie de bons outils lui permettant de s'auto-analyser, sinon elle peut sombrer dans les particularismes identitaires.

La connaissance de l'Autre est nécessaire pour que la dialectique sociale entre les différences et les ressemblances ne dégénère pas. Elle permet de relativiser les différences qui pourraient autrement isoler les individus et les groupes. La relation à autrui peut alors s'améliorer. « Au lieu de se sentir éternellement menacé, chacun apprend à évoluer au contact de l'altérité. Les frontières identitaires s'estompent au fur et à mesure que les projets individuels et collectifs font bouger les lignes » (Duplin, 2004, p. 261). Nous ne sommes pas rendus là, selon Duplin, mais il faudrait arrêter de voir le monde comme un perpétuel choc des civilisations.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Dans ce chapitre, nous verrons la démarche méthodologique utilisée pour effectuer cette recherche. Il sera notamment question des caractéristiques de la méthode de l'étude de cas sur laquelle repose notre étude. Nous verrons également comment nous avons utilisé la technique d'analyse de contenu de vérification.

3.1 Présentation et justification du cas sélectionné : la notion d'appartenance à tous les peuples du monde dans les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO

Parce que nous nous intéressons à quelques organisations, à un moment précis dans le temps, l'étude de cas forme la base de notre méthode de travail. Notre recherche vise à mieux comprendre comment sont formulés les messages envoyés par un groupe d'organisations. Il s'agit donc d'une analyse d'ordre descriptive. Gauthier (2003, p. 166) définit l'étude de cas comme suit :

L'étude de cas est une approche de recherche empirique qui consiste à enquêter sur un phénomène, un événement, un groupe ou un ensemble d'individus, sélectionné de façon non aléatoire, afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes²¹.

²¹ En italique dans le texte.

Comme toute approche méthodologique, l'étude de cas comporte ses avantages et ses inconvénients. Le fait que l'on se concentre sur quelques cas nous permet de mener une étude approfondie et détaillée. Une telle méthode permet d'effectuer des observations spécifiques et d'en expliquer les particularités lors de l'analyse. Cependant, cette méthode est parfois critiquée, comme le mentionne Gauthier (2003, p. 167) :

[L'étude de cas] ne permet pas de généralisation, parce qu'elle peut porter à confusion si le cas s'avère déviant, parce qu'elle présente souvent des lacunes sur le plan théorique, parce qu'elle s'arrête souvent à la description, sans chercher d'explication, etc.

Afin de ne pas tomber dans ces pièges, nous nous sommes appuyé sur des théories, des hypothèses et des concepts qui ont servi de principe directeur à la collecte des observations et de guide pour leur interprétation. Puis, nous avons analysé plusieurs pages Web que nous avons choisies selon la méthode d'échantillonnage aléatoire systématique.

Les méthodologues s'entendent effectivement, selon Gauthier (2003, p. 162), pour dire que l'étude de cas ne se limite pas obligatoirement à l'étude d'un seul cas :

Certaines études se pencheront sur deux ou trois entités plutôt qu'une. Ces cas peuvent être analysés comme trois entités différentes, ou encore être comparés entre eux pour mieux distinguer les particularités de chaque cas, ou mieux, défendre une thèse quelconque.

La technique d'étude de documents utilisée dans le cadre de cette recherche est l'analyse de contenu de vérification. Dans la section suivante, nous expliquerons comment nous avons procédé pour appliquer l'analyse de contenu à notre corpus.

3.2 Sélection et analyse de contenu des pages Web

Les études dans le domaine des communications font régulièrement appel à l'analyse de contenu pour traiter les contenus médiatiques. Dans *L'analyse de contenu : des documents et des communications*, Mucchielli (1974, p. 23) précise :

Analyser le contenu (d'un document ou d'une communication), c'est [...] rechercher les informations qui s'y trouvent, dégager le sens ou les sens de ce qui est présenté, formuler et classer tout ce que « contient » ce document ou cette communication.

Tout document, parlé, écrit, ou sensoriel, contient potentiellement une quantité d'informations sur la personne qui en est l'auteur, sur le groupe auquel elle appartient, sur les faits et événements qui y sont relatés, sur les effets recherchés par la présentation de l'information, sur le monde ou sur le secteur du réel dont il est question.

De Bonville (2000, p. 15) ajoute que l'analyse de contenu est *transparente* puisque, contrairement aux techniques de recherche qui nécessitent l'intervention de l'observateur auprès de l'objet ou de la personne observée, l'analyse de contenu ne modifie pas la situation étudiée. Ceci s'explique du fait que l'analyse de contenu intervient toujours après l'émission des messages :

L'analyse de contenu porte sur les messages tels que les formulent leurs auteurs, à l'occasion d'un acte de communication posé pour lui-même et non comme objet d'analyse. Sauf exception, les messages sont considérés dans leur forme originale; c'est le procédé analytique qui s'adapte à la réalité de la communication plutôt que l'inverse.

L'analyse de contenu a deux fonctions principales : la première d'entre elles répond à une fonction heuristique et s'applique lorsque « l'analyse de contenu enrichit le tâtonnement exploratoire, accroît la propension à la découverte. C'est l'analyse de contenu "pour voir" » (Bardin, 1977, p. 29). La seconde fonction de l'analyse de contenu est celle d'administration de la preuve. Dans ce cas :

Des hypothèses sous forme de questions ou d'affirmations provisoires servant de lignes directrices feront appel à la méthode d'analyse systématique pour se voir vérifier dans le sens d'une confirmation ou d'une infirmation. C'est l'analyse de contenu "pour prouver". (Bardin, 1977, p. 29)

Notre recherche utilise davantage la deuxième fonction de l'analyse de contenu afin de vérifier nos hypothèses. Nous utilisons l'analyse de contenu pour établir si oui ou non une communication cohérente et bidirectionnelle peut se dégager des messages qu'envoient les organisations étudiées.

Pour cette recherche, nous utilisons un mixte qualitatif-quantitatif pour analyser un échantillonnage de pages Web consacrées au patrimoine mondial. Ce choix semble approprié en regard des définitions que nous donne Grawitz (1984, p. 655) :

L'analyse qualitative repose sur la *présence ou l'absence*²² d'une caractéristique donnée, tandis que l'analyse quantitative recherche la *fréquence*²³ des thèmes, mots, symboles retenus. [...] Dans l'analyse quantitative, ce qui est important, c'est ce qui apparaît souvent, le *nombre de fois*²⁴ est le critère, alors que dans l'analyse qualitative, la notion d'importance implique la nouveauté, l'intérêt, la valeur d'un thème, ce critère demeurant évidemment subjectif.

Au sujet de l'analyse quantitative, de Bonville (2000, p. 11) mentionne qu'il ne suffit pas, pour l'analyste, de conclure que les messages sont semblables ou différents, il faut surtout préciser en quoi ils sont différents et jusqu'à quel point. De Bonville soutient également que l'analyse de contenu peut répondre à plusieurs objectifs de recherche en communication. Dans le cadre de ce mémoire, nous nous attardons particulièrement à exposer les attributs du message lui-même.

²² En italique dans le texte.

²³ En italique dans le texte.

²⁴ En italique dans le texte.

Ce type d'analyse vise la description des caractéristiques des communications et se résume à deux questions principales : quoi ? et comment ? « La première introduit les recherches sur le thème, l'objet, la sphère d'activités, etc. sur lesquels portent les messages. La seconde concerne la manière dont les messages sont présentés » (de Bonville, 2000, p. 17-18).

Notre analyse porte à la fois sur le contenu apparent des messages, et à la fois sur ce qui en est absent. Les blancs, les manques d'information sont pris en considération au même titre que le contenu apparent. Comme nous avons approfondi la spécificité du cas sur lequel s'effectue notre recherche au chapitre consacré à la problématique, nous rappelons simplement ici notre hypothèse de travail :

- Les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial²⁵ ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, ce qui restreint l'émergence virtuelle d'une culture identitaire mondiale.

Ainsi, nos variables sont les suivantes :

- Variable indépendante : l'utilisation ou la non-utilisation de pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial pour le positionnement du concept de patrimoine appartenant à l'ensemble de l'humanité, selon la définition qu'en donne l'UNESCO.
- Variable dépendante : la visibilité du concept de patrimoine mondial sur le Web.

²⁵ Rappelons ici qu'il s'agit de pages Web conçues par d'autres organisations que l'UNESCO. En effet, l'UNESCO ne produit pas de pages Web spécifiques à chaque site du patrimoine mondial. Elle suggère plutôt aux internautes, par le biais d'hyperliens à partir de son site (<http://whc.unesco.org/fr/list>), de visiter des pages Web conçues par d'autres organisations, mais qu'elle a préalablement sélectionnées.

3.3 Échantillonnage

Nous ne pouvons, dans le cadre de cette recherche, étudier les quelque 800 pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Cela s'explique par des raisons de ressources : un tel exercice exigerait plusieurs centaines d'heures et de plus, certaines pages Web sont rédigées en idéogrammes de dialectes que nous ne maîtrisons pas. Nous avons donc circonscrit un certain nombre de pages Web à l'aide d'un échantillonnage systématique à plusieurs degrés.

La question de la représentativité est définitivement la critique la plus sérieuse qui est adressée à l'étude de cas, comme le souligne Gauthier (2003, p. 167) :

Les résultats des études de cas seraient déficients sur le plan de la *validité externe*²⁶. Contrairement aux études s'appuyant sur des *échantillons*²⁷ d'individus, sélectionnés au hasard et dont le nombre est suffisamment grand, les cas sélectionnés et étudiés ne représentent pas la société globale, selon cette critique. On ne peut pas généraliser à partir d'un seul cas, surtout s'il n'est pas sélectionné au hasard, dira-t-on. L'étude d'un seul cas fait que l'on ne peut vraiment l'utiliser pour vérifier des hypothèses sur un ensemble plus large. Le reproche est donc de nature *statistique*²⁸ dans le sens où l'on critique l'unicité des cas. Le cas n'est pas un échantillon représentatif qui permettrait de tirer des conclusions globales.

C'est pour cette raison que nous avons privilégié un échantillonnage systématique à plusieurs degrés. Dans ce type d'échantillonnage, « l'analyste choisit d'abord, de préférence aléatoirement, un premier individu, puis il échantillonne

²⁶ En italique dans le texte.

²⁷ En italique dans le texte.

²⁸ En italique dans le texte.

ensuite tous les autres individus en observant un intervalle régulier séparant le premier individu du second, le second du troisième, etc » (de Bonville, 2000, p. 109).

Nous avons donc, dans un premier temps, choisi d'analyser des pages Web de sites du patrimoine mondial de l'Europe (pages référées par l'UNESCO, mais non conçues par elle). Ce choix s'explique par la grande diversité linguistique qu'on trouve sur ce continent : 35 langues officielles sont en effet répertoriées sur le territoire européen sur un total de 50 états²⁹, ce qui revient à un ratio de 0.7 langues / état, comparativement à 0.694 pour l'Asie (34 langues / 49 états), 0.174 pour l'Amérique (8 langues / 46 états), 0.25 pour l'Afrique (14 langues / 56 états) et 0.074 pour l'Océanie (2 langues / 27 états)³⁰.

À partir de la liste des sites du patrimoine mondial publiée par l'UNESCO sur son site Web³¹ (voir appendice A), nous avons procédé à un échantillonnage aléatoire systématique : nous avons choisi d'analyser une page Web sur toutes les trente pages Web de la liste alphabétique des pays d'Europe, pour un total de treize pages observées. Ainsi, les pages Web de sites de patrimoine mondial étudiées sont les suivantes :

²⁹ Le Gibraltar et le Groenland étant des territoires et non des états.

³⁰ D'après *Ethnologue : Languages of the World*, Thirteenth edition, Barbara F. Grimes Editor, Summer Institute of Linguistics Inc., 1996.

³¹ <http://whc.unesco.org/fr/list/>

Tableau 3.1
Les pages Web étudiées

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Adresses URL
1	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	http://www.regensburg.de/welterbe/
2	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes	http://www.skene.be/RW/PMondial/PaTMon01.html
3	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	http://alcazaba.unex.es/~ablanco/museo.html
4	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	http://oliba.uoc.es/eivifor/
5	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	http://www.suomenlinna.fi/english/index.html
6	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	http://www.chez.com/arcromain/
7	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	http://www.tokaj.com/
8	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	http://www.parks.it/parco.nazionale.cinque.terre/Eindex.html
9	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	http://www.verdensarvvega.no/index.htm

10	Portugal	Centre historique de Porto	http://www.monumentos.pt/Monumentos/forms/000_A.aspx
11	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	http://www.hillside.co.uk/tour/c78.html
12	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web
13	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	http://www.kultur.gov.tr/portal/arkeoloji_en.asp?belgeno=805

Dans le cadre de cette recherche, toutes les pages Web traitant d'un site du patrimoine mondial ne sont pas observées, mais bien uniquement celles qui sont présentées sous forme d'hyperliens à même la liste des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO à l'adresse URL : <http://whc.unesco.org/fr/list/>.

3.4. Modes d'enregistrement et de numération

Comme on l'a vu au chapitre précédent, les concepts qui sont utilisés pour opérationnaliser la recherche sont les suivants : Internet, patrimoine mondial, culture et identité. Deux unités d'enregistrement syntaxiques sont utilisées dans le cadre de notre recherche. Il s'agit du mot et du thème :

Le mot est l'unité d'enregistrement la plus fine. L'analyse peut porter sur tous les mots du texte, en les catégorisant selon leur nature ou leur fonction grammaticale [...] Employée de cette manière, l'unité lexicale ou syntaxique, mot ou phrase, est appropriée, en particulier, dans des analyses portant sur les propriétés du vocabulaire ou sur l'intelligibilité des messages. L'analyste peut aussi ne retenir que les mots pertinents à sa problématique. (de Bonville, 2000, p. 120)

Alors que de Bonville découpe les unités lexicales en terme de mot ou phrase, Grawitz (1984, p. 677) est plus nuancée lorsqu'elle aborde la question du thème :

Le thème est le fragment significatif correspondant à l'idée que recouvre une des catégories. [...] Le thème est une des unités d'enregistrement les plus utilisées, en particulier pour l'étude des effets des communications sur le public.

Ainsi, nous recherchons sur les pages Web de sites du patrimoine mondial certains mots ou termes-clés, tels que : mondialisation, patrimoine, UNESCO, identité, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité.

Par ailleurs, de Bonville (2000, p. 124) rappelle l'importance de l'unité de contexte :

Il s'agit d'un segment de contenu dont la taille est, généralement, immédiatement supérieure à celle de l'unité d'enregistrement et qui sert à situer celle-ci. Par exemple, dans le cas d'une unité sémantique, l'unité de contexte pourrait être l'article. Dans le cas d'un article, ce pourrait être la page de journal.

Par analogie, l'accessibilité à de l'information en cours de navigation témoigne de l'importance accordée à cette information. Nous voyons donc, dans le cadre de cette recherche, combien de clics de souris sont nécessaires (à partir d'une page d'accueil Web d'un site du patrimoine mondial) pour accéder à de l'information liée à la culture identitaire, si présente.

L'unité de contexte n'est pas soumise directement à un traitement quantitatif. Elle sert davantage à caractériser les unités d'enregistrement. Le fait qu'une information soit disponible sur la page d'accueil d'un site Web ou que cette information soit publiée seulement au huitième clic de souris aura, par exemple, une incidence sur la valeur accordée à l'information.

En ce qui concerne le mode de numération, nous optons pour la fréquence, suivant la définition qu'en donne de Bonville (2000, p. 125) :

Ce mode de numération est utilisé pour dénombrer chacune des occurrences particulières de l'unité d'enregistrement et, éventuellement, pour les classer dans une catégorie quelconque. Ce mode repose sur le postulat que l'importance d'un phénomène est en relation avec la fréquence de ses manifestations.

Les unités de numération les plus utilisées en analyse de contenu sont le mot, la phrase, l'article (pour les médias écrits); l'émission, la nouvelle, la séquence (pour les médias électroniques). Il est important de bien dissocier unité de numération et unité d'enregistrement. Elles sont souvent matériellement semblables, mais elles ont des fonctions différentes (de Bonville, 2000, p. 125) : « L'unité d'enregistrement sert à déterminer quel segment de message sera analysé, tandis que l'unité de numération indique la manière dont ce segment sera dénombré. »

Dans le cadre de notre recherche, nous considérons notamment la présence ou l'absence d'information comme une variante de ce mode de numération. Nous notons si certaines pages Web de sites du patrimoine mondial ne reflètent en rien l'appartenance du site à tous les peuples du monde.

3.4.1. Préparation du corpus

La préparation matérielle du corpus consiste à l'archivage ou l'enregistrement des messages et leur identification. Comme l'Internet est un média qui évolue constamment, nous avons choisi d'imprimer la page d'accueil de toutes les pages Web étudiées au moment de l'analyse pour voir si la mention de l'appartenance du site à tous les peuples du monde ainsi que le référencement de l'UNESCO sont des informations considérées prioritaires (en page d'accueil). Nous procédons à notre analyse sur une courte période de temps, soit du 15 janvier au 1^{er}

février 2007. Comme les pages Web de sites du patrimoine mondial ne constituent pas un sujet d'actualité, nous sommes portée à croire que le contenu de ces pages n'évolue pas de façon si rapide qu'une analyse de contenu étendue sur deux semaines et demie puisse en altérer les résultats.

Les pages Web visitées sont identifiées de la même façon : le nom du pays où est situé le site du patrimoine mondial, suivi de l'adresse URL et de la date à laquelle l'analyse a été effectuée (jour/mois/année).

Dans le cadre de la présente recherche, l'unique façon que nous avons de vérifier la bidirectionnalité de la communication est par l'échange de courriels entre l'organisation qui se présente sur le Web et l'utilisateur. Ainsi, afin de vérifier si une telle communication est possible, un courriel de demande d'information est envoyé lorsque l'organisation responsable de la page Web affiche une adresse courriel. Nous notons premièrement si l'adresse est valide, puis si nous obtenons une réponse. Enfin, nous voyons combien de temps s'écoule entre l'envoi de notre question et la réception de la réponse, quand il y en a une. Le courriel, envoyé à partir de l'adresse annie.daoust@videotron.ca, est le suivant :

Greetings,

Is it possible to get a PDF brochure of your organization, as I wish to visit your country next summer.

Regards,

Annie Daoust

3.5 Catégorisation des messages

Pour élaborer notre système catégoriel, aussi appelé grille d'analyse, nous avons emprunté le type de démarche appelé par de Bonville (2000, p. 154) « la description ». Ce choix est justifié du fait que les éléments analysés sont déjà ordonnés de la même manière dans la réalité, comme, par exemple, la nomenclature des pays et des langues parlées dans chaque page Web étudiée.

Les structures catégorielles sont produites *a priori*, c'est-à-dire avant de commencer à catégoriser les messages puisque les catégories analysées découlent directement de l'hypothèse de recherche. De Bonville (2000, p. 163) insiste sur la pertinence d'avoir des indicateurs clairs et faciles à catégoriser : « Les indicateurs sont des signes décelables dans les messages et que plusieurs analystes sont susceptibles d'interpréter de la même manière, c'est-à-dire d'y reconnaître la manifestation d'une même catégorie. » Le tableau 3.2 résume les indicateurs choisis pour notre recherche.

Tableau 3.2

Les variables de la recherche et les indicateurs qui s'y rattachent

Variable	Indicateurs
Variable dépendante : la visibilité du concept de patrimoine mondial sur le Web	Mention du référencement de l'UNESCO
	Mention des caractéristiques qui justifient ce référencement (le plus vieux, le plus haut, etc.)
	Mention d'appartenance du site à tous les peuples du monde
	Présence ou absence d'un hyperlien menant à la page Web de l'UNESCO

Afin de procéder à notre collecte de données, nous avons conçu un bordereau d'analyse à l'aide du logiciel Excel (*voir* figure 3.1). Les données, entrées à même le document Excel, peuvent être facilement traitées pour des analyses statistiques.

3.6 Bordereau d'analyse

Deux grilles d'analyse existantes ont été utilisées pour développer un bordereau adapté à la présente recherche. D'abord, celle élaborée par Danielle Maisonneuve dans le cadre d'une recherche sur les relations publiques entourant des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Ensuite, la grille développée par Alastair Smith, *Criteria for evaluation of Internet Information Resources*³² nous aura permis d'adapter la première grille d'analyse spécifiquement au média de l'Internet.

³² Alastair Smith, VUW Department of Library and Information Studies, New Zealand, http://www.vuw.ac.nz/staff/alastair_smith/evaln/.

Tableau 3.3 Bordereau d'analyse

Page Web analysée :						
Pays et date d'analyse :						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation					
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?					
	▪ Quel est son secteur d'activité ?					
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone					
	▪ Adresse postale					
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)					
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total						
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?						
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?						

Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?						
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?						
Sous-total						
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?						
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ?					
	• quand l'information a été mise sur le Web ?					
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ?					
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?						
Sous-total						

Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?						
2. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?						
3. Mention générale du référencement de l'UNESCO						
4. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.					
5. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique					
6. Mention des efforts de conservation, de restauration						
7. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité					
8. Brochure PDF du site de patrimoine mondial						
Sous-total						
Total						

3.6.1. Quantification des données

Nous insistons ici sur l'accessibilité des informations disponibles sur le Web. Lorsqu'une information recherchée n'est pas disponible, nous inscrivons un « X » dans la colonne « Non » et, automatiquement, cette information obtient la cote « 0 » à la colonne « Cote 0-100 ». Lorsqu'une information est disponible, nous inscrivons un « X » dans la colonne « Oui » et cette information obtient une cote (de 0 à 100) en fonction de la facilité avec laquelle nous avons pu y accéder. Si elle est présentée de façon prioritaire, c'est-à-dire en page d'accueil, elle obtient 100. Si nous avons dû effectuer un clic de souris pour y accéder, elle obtient 90, deux clics de souris = 80, trois clics de souris = 70, quatre clics de souris = 60, cinq clics de souris = 50, six clics de souris = 40, sept clics de souris = 30, huit clics de souris = 20 et neuf clics de souris = dix.

Cinq sections composent notre grille d'analyse : a) autorité, b) précision, c) objectivité, d) mise à jour et e) couverture. À la fin de chacune des sections, nous effectuons un sous-total dans la colonne « Cote 0 – 100 », puis à l'aide d'une règle de trois (aussi appelée produit croisé)³³, nous reportons ce sous-total en pourcentage. À la toute fin, un score total (en pourcentage) est effectué à partir des cinq sous-totaux.

3.7. Fidélité de la catégorisation

La notion de fidélité est définie par Grawitz (1984, p. 554) comme étant la « qualité d'un instrument de mesure qui, utilisé par des personnes différentes, dans les mêmes conditions, donne le même résultat ». Outre l'objectivité des codeurs et des chercheurs, il existe des moyens d'évaluer la fidélité d'une recherche. Dans le

³³ Le principe de la règle de trois consiste à se ramener à l'unité. Par exemple, si nous obtenons un score de 300/400 points et que nous voulons rapporter ce résultat en pourcentage, nous effectuons le calcul suivant : $300 \times 100 / 400 = 75 \%$.

cadre de la présente recherche, nous optons pour la répétabilité. Il s'agit, selon de Bonville (2000, p. 178), de la « qualité d'un instrument d'observation ou de mesure qui ne varie pas dans le temps. La répétabilité (on dit aussi stabilité) d'une opération de catégorisation peut donc être établie en la répétant à intervalles et en comparant les résultats ».

La répétabilité, aussi appelée fidélité interne, est exécutée par une même personne à intervalles différents. Elle est appropriée notamment dans les recherches où un seul codeur exécute l'ensemble de la catégorisation, comme dans le présent mémoire. Le codeur teste et reteste des éléments du corpus à différentes périodes et compare les résultats qu'il obtient. Ainsi, parmi les treize pages Web analysées pour cette étude, la première a été évaluée une deuxième fois lorsque la première moitié de la totalité du corpus a été analysée, soit le 19 janvier 2007; et la septième page Web a été évaluée une deuxième fois à la toute fin du processus d'analyse, le 1^{er} février 2007.

3.8. Limites de la technique

Comme tous les médias, Internet ne peut être qualifié d'immuable dans le temps puisqu'il est en constante évolution. La majorité des pages Web bien gérées sont ainsi mises à jour régulièrement. Toutefois, comme les thèmes que nous recherchons sur les pages Web étudiées ne sont pas particulièrement d'actualité, nous croyons que le contenu de ces pages aura peu changé pendant notre période de cueillette de données.

Également, notre échantillon n'est pas représentatif de la planète et nous n'avons pas la possibilité d'étudier toutes les pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Conséquemment, les résultats que nous obtiendrons pourront être généralisés seulement à l'Europe. Plus encore, nous ne visitons que les pages Web suggérées par l'UNESCO. D'autres pages Web traitant des sites du

patrimoine mondial peuvent être accessibles sur Internet (celles faites par les offices du tourisme ou les amateurs, par exemple) et peuvent fournir une foule d'informations aux touristes internationaux qui planifient leurs vacances notamment via le média de l'Internet.

Enfin, comme nous l'avons vu au chapitre précédent au sujet de la réception active, il est important d'étudier ce que les internautes font vraiment avec l'information qu'ils recueillent sur le Web. Notre recherche se situe en amont de la réception active et nous sommes portée à croire qu'une étude plus approfondie, notamment avec des groupes focus et/ou à l'aide du modèle triangulaire d'évaluation de pages Web³⁴ constituerait une intéressante thèse de doctorat.

³⁴ Cette approche, développée par Nantel, Berrada et Bressolles (2004), consiste à faire jouer un rôle actif à l'internaute étudié. En cours d'expérimentation, l'utilisateur doit premièrement procéder à une tâche précise sur une page Web donnée. Tout au long de l'exercice, il doit verbaliser à voix haute tout ce qui lui passe par la tête. Il effectue ensuite une évaluation globale du site analysé. Enfin, l'expérimentateur mène une analyse de la page Web visitée par l'internaute.

CHAPITRE IV

RÉSULTATS

4.1 L'évaluation des pages Web officielles

Nous voici maintenant rendu à l'étape du recensement des données. Dans cette partie, nous présenterons les résultats que nous a permis de recueillir notre grille d'analyse, puis nous exposerons les faits saillants pour chacune des treize pages Web visitées. Cette recension nous permettra de voir sur quels critères les organisations étudiées mettent l'accent lorsqu'elles se présentent sur le Web.

À noter que toutes les grilles d'évaluation complétées se trouvent en appendice C et que les pages d'accueil des sites Web étudiés ont été imprimées et placées à l'intérieur du texte pour en faciliter la compréhension. Enfin, des tableaux résumant les résultats recueillis pour chacune des catégories de notre grille d'analyse se trouvent à l'appendice D. Rappelons ici nos cinq grandes catégories d'analyse : autorité (qui est responsable du site), précision (des faits, des hyperliens), objectivité (publicité versus contenu rédactionnel), mise à jour (de la page Web) et couverture (contenu rédactionnel en lien avec notre problématique de recherche).

4.1.1 Allemagne : Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof

L'analyse de cette page Web permet d'arriver à des conclusions généralement positives sur l'utilisation de l'Internet. Toutefois, un important défaut frappe l'internaute dès la page d'accueil du site : le contenu est unilingue allemand (voir figure 4.1). Ce constat est contradictoire avec la portée internationale que se donne l'organisation en affichant en premier plan le logo de l'UNESCO et celui du patrimoine mondial, ce dernier étant trilingue (français, anglais, allemand).

À la section « autorité » de notre grille d'analyse, cette page obtient le score de 90 %. Cela nous permet d'affirmer qu'elle est conçue de façon sérieuse : nous pouvons rapidement et facilement vérifier la légitimité de l'organisation et tenter d'entrer en communication avec la personne responsable de la page Web. Nous avons par ailleurs envoyé un courriel de demande d'information (en anglais) et ce dernier est resté sans réponse.

Au niveau de la précision, il a été difficile de vérifier le contenu de la page Web, étant donné que celui-ci est en allemand. L'analyse de la couverture s'est avérée elle aussi restreignante, mais plus révélatrice. Nous avons en effet repéré en un clic de souris de l'information relative au patrimoine mondial, ainsi qu'un hyperlien menant au site Web de l'UNESCO. Ce lien menait toutefois à la version allemande du site de l'UNESCO (<http://www.unesco.de/>).

Cette page Web a été analysée une première fois le 15 janvier 2007 et une deuxième fois le 26 janvier 2007. Comme nous l'avons expliqué au chapitre précédant, cette opération de répétabilité nous permet de nous assurer de la fidélité de notre recherche. L'utilisation de notre grille d'analyse nous a conduit aux mêmes résultats pour les deux navigations. Toutefois, plusieurs aspects, tels que les mentions des caractéristiques justifiant le référencement à la Liste du patrimoine mondial, les efforts de conservation et de restauration, etc. n'ont pu être considérés

puisque le site Web est unilingue allemand. En outre, notre courriel de demande d'information n'a été envoyé qu'une première fois.

Figure 4.1 Page d'accueil du site de la Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof.
(<http://www.regensburg.de/welterbe/>)

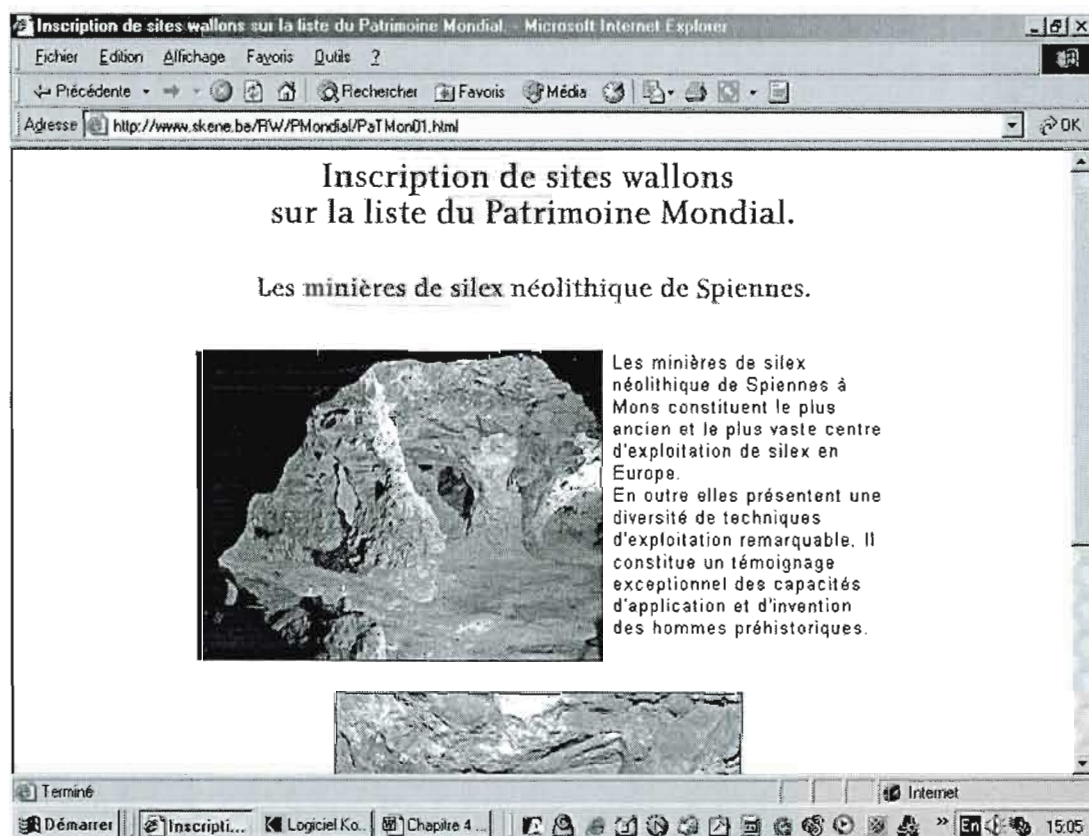


4.1.2 Belgique : Minières néolithiques de silex de Spiennes

Comme nous l'avons expliqué au chapitre portant sur la méthodologie, nous avons choisi d'analyser les pages Web suggérées à même la Liste du patrimoine

mondial publiée sur le Web par l'UNESCO (<http://whc.unesco.org/fr/list>). Dans le cas de la page Web des Minières néolithiques de silex de Spiennes, l'UNESCO nous envoie directement à une page faisant partie d'un site Web plus général. Autrement dit, nous n'arrivons pas directement à une page d'accueil (voir figure 4.2). Deux clics de souris dans la bonne direction sont nécessaires à l'internaute pour connaître l'auteur et la nature de la page visitée. Il s'agit en fait du site du *Ministère (sic) de la région wallonne, Direction générale de l'aménagement du territoire, du Logement et du Patrimoine*.

Figure 4.2 Page Web du site des Minières néolithiques de silex de Spiennes
<http://www.skene.be/RW/PMondial/PaTMon01.html>



Par ailleurs, dès les premières lignes du texte, nous sommes en mesure d'apprendre ce que sont les Minières et ce pourquoi elles ont été classées sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO (le plus ancien et le plus vaste centre d'exploitation de silex en Europe). Le titre de la page visitée nous informe également du fait qu'il s'agit d'un patrimoine mondial, mais il n'est nullement question de l'UNESCO : « Inscription de sites wallons sur la liste du Patrimoine Mondial. » Ce titre évocateur et l'explication de l'inscription sont les seules informations que nous avons pu trouver qui sont liées d'une quelconque façon au patrimoine mondial. Il n'y a pas d'hyperlien vers l'UNESCO, ni d'explication sur les efforts de conservation, encore moins de description de ce que représente une inscription sur la Liste du patrimoine mondial, etc.

À partir du site du *Ministère de la région wallonne, Direction générale de l'aménagement du territoire, du Logement et du Patrimoine*, l'internaute a par ailleurs la possibilité de cliquer sur une icône « Liste des biens classés ». Apparaît alors la carte de la Belgique, divisée par province, et la mention « Une reconnaissance mondiale » (voir figure 4.3). On ne spécifie pas en quoi il s'agit d'une reconnaissance, pas plus qu'on ne mentionne que les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO appartiennent à l'ensemble de l'humanité.

En outre, notre grille d'analyse nous aura permis de souligner le manque d'objectivité du site du Ministère. En effet, le site offre la possibilité à l'internaute de cliquer sur quatre bandeaux parmi lesquels trois sont de la publicité, alors que rien ne les identifie comme tel. Enfin, notre courriel de demande d'information est demeuré sans réponse.

Figure 4.3 Page « Liste des biens classés » du ministère de la région wallonne, Direction générale de l'aménagement du territoire, du Logement et du Patrimoine.
<http://mrw.wallonie.be/dgatlp/dgatlp/Pages/Patrimoine/Pages/Directio ns/ProtectionPresentation.asp>



Sur la page Web du ministère de la région wallonne, on mentionne que les sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial bénéficient d'une reconnaissance mondiale, mais on ne spécifie pas en quoi. De plus, on ne retrouve nulle part la mention de l'UNESCO.

4.1.3 Espagne : Ensemble archéologique de Mérida

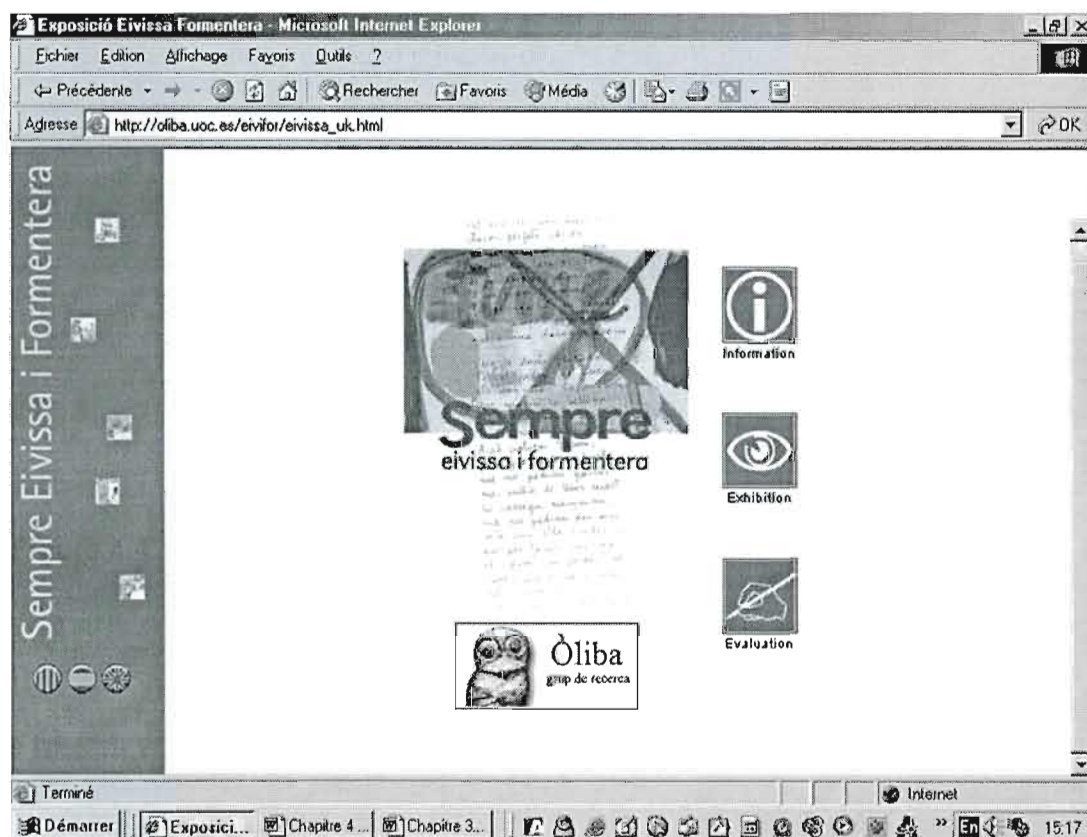
Adresse URL : <http://alcazaba.unex.es/~ablanco/museo.html>

L'analyse de cette page Web est rapide : l'hyperlien proposé sur la page Web de l'UNESCO (<http://whc.unesco.org/fr/list>) n'est pas valide. L'internaute aboutit au message d'erreur « Impossible d'afficher la page ». Nous avons tenté d'accéder à la page Web en n'utilisant que la première partie de l'adresse URL proposée par l'UNESCO, soit « <http://alcazaba.unex.es> » plutôt que « <http://alcazaba.unex.es/~ablanco/museo.html> », opération qui est demeurée vaine.

4.1.4 Espagne : Ibiza, biodiversité et culture

Bien que cette page Web soit suggérée par l'UNESCO, la navigation minutieuse que nous avons faite ne nous a pas permis de trouver de l'information relative au fait que Ibiza soit classée sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Cette page Web (voir figure 4.4) en est fait une exposition virtuelle organisée parallèlement à une exposition réelle qui a été en montre dans quatre villes espagnoles entre décembre 1999 et octobre 2000. Les quatre axes de l'exposition virtuelle (découverte, environnement, futur et économie) permettent à l'internaute de parfaire ses connaissances sur cette île espagnole, mais sans jamais qu'il s'agisse d'un patrimoine mondial de l'UNESCO. Ceci étant, cette page Web obtient la note de 0 % pour la section la plus importante de notre analyse : la couverture.

Figure 4.4 Page d'accueil d'Ibiza, biodiversité et culture
<http://oliba.uoc.es/eivifor/>



Par ailleurs, en considérant les autres aspects de l'analyse, nous pouvons affirmer que, au plan technique, cette page Web est bien structurée. L'information, disponible en anglais, en catalan et en castillan est bien présentée; et la navigation bien encadrée. On ne retrouve pas de publicité sur le site et le seul hyperlien nous mène au site du Département des sciences humaines et philosophie de l'*Open University of Catalonia (UOC)*, le co-producteur de l'exposition virtuelle. En outre, un formulaire de demande d'information invite l'internaute à soumettre ses commentaires sur l'exposition et à formuler d'autres demandes d'information. Nous

n'avons pas reçu de réponse à notre demande d'information que nous avons envoyée via ce formulaire.

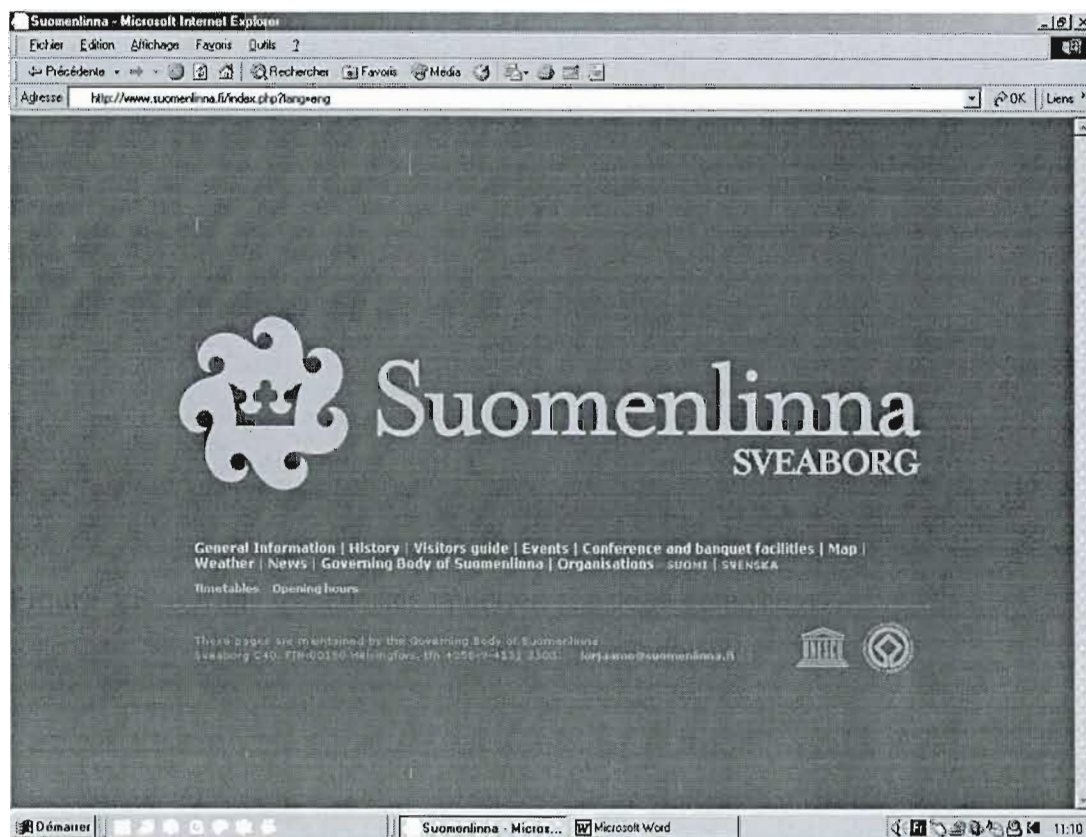
4.1.5 Finlande : Forteresse de Suomenlinna

Tout comme pour l'ensemble archéologique de Mérida en Espagne, l'hyperlien proposé par l'UNESCO pour visiter la page Web de la Forteresse de Suomenlinna mène l'internaute à une page d'erreur « Impossible d'afficher la page ». Cette fois, par contre, nous avons pu accéder à la page Web en ne considérant que la première partie de l'adresse URL (<http://www.suomenlinna.fi/>).

Ainsi, l'internaute est accueilli sur le site Web de la Forteresse de Suomenlinna où figurent, en page d'accueil, le logo de l'UNESCO ainsi que celui du patrimoine mondial (voir figure 4.5). Un hyperlien est associé à ces deux logos pour mener à une page où sont énumérés les autres sites du patrimoine mondial de la Finlande. Sont ensuite expliqués les efforts de conservation entrepris depuis l'inscription du site sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, en 1991. On invite du même souffle les touristes à participer à la protection du site en posant certains gestes comme, par exemple, ne pas amener d'animaux de compagnie sur le site et ne pas toucher les murs de la Forteresse. À partir de cette page Web, un hyperlien mène l'internaute au site général de l'UNESCO.

Selon la section « couverture » de notre grille d'analyse, cette portion de la page Web obtient une note quasi-parfaite. Le seul bémol tient au fait qu'on ne retrouve pas de description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité, mais seulement comme bien national.

Figure 4.5 Page d'accueil de la Forteresse de Suomenlinna
<http://www.suomenlinna.fi/english/index.html>



Afin de faciliter la navigation des touristes sur cette page Web, un hyperlien leur est directement adressé en page d'accueil : *Visitors guide*. Une fois rendu sur la page de ce guide, on peut lire le titre : « Welcome to Suomenlinna – a UNESCO World Heritage Site ». Suit immédiatement une description de la Forteresse et un hyperlien devant mener à la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Or, ce lien ne fonctionne pas : nous arrivons au message d'erreur « Impossible d'afficher la page ». Enfin, nous avons procédé à l'envoi de notre courriel de demande d'information dans le but de mesurer si une communication bidirectionnelle est possible et nous n'avons pas obtenu de réponse.

4.1.6 France : Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange

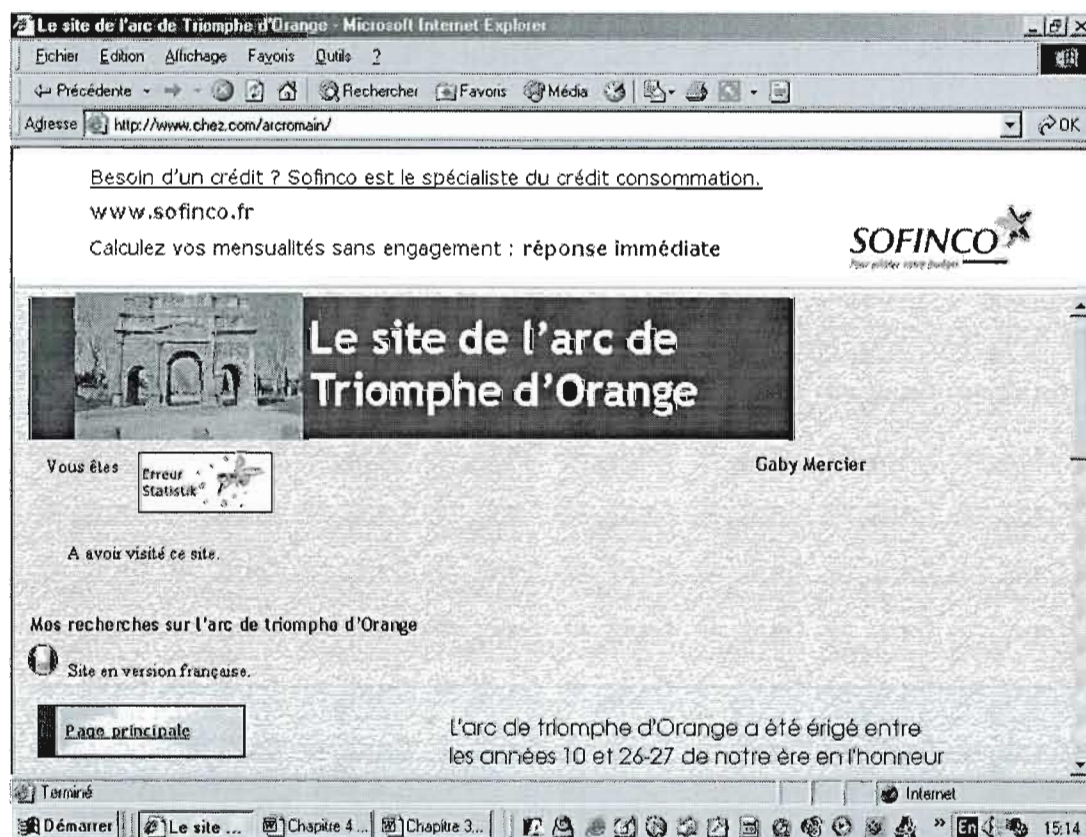
En entrant sur cette page Web, une fenêtre de publicité bancaire s'ouvre à l'écran de l'internaute. Une fois cette fenêtre fermée, une autre publicité, sous forme de bandeau cette fois, accueille le visiteur (*voir figure 4.6*). Suit ensuite le nom du créateur de la page Web : nous sommes ici sur une page personnelle, site qui nous a pourtant été recommandé par l'UNESCO. On apprend que le créateur de cette page Web s'appelle Gaby Mercier, mais on ne pourra pas en savoir davantage puisqu'il ne nous informe pas sur ses motivations pour avoir créé cette page Web, pas plus que sur son rôle auprès du site du patrimoine mondial de l'UNESCO dont il fait la promotion.

Le premier texte non publicitaire de cette page est : « Vous êtes "erreur Statistik" (sic) A (sic) avoir visité ce site ». Au plan de l'autorité, donc, notre grille d'analyse nous permet de rapidement attribuer la note de 33,3 %.

De plus, le créateur de la page Web invite, dès la page d'accueil, les internautes à lui envoyer un courriel. Cette invitation est répétée à toutes les pages subséquentes de son site Web. Par ailleurs, à la fin du texte de chacune des pages complémentaires, le webmestre — qui ne semble pas être la même personne que le créateur du site — signe « webmaster » avec son adresse courriel. Nous avons donc deux adresses personnelles de courriel : une qui apparaît cinq fois et l'autre quatre. Nous avons donc envoyé notre courriel de demande d'information aux deux adresses séparément. Nous avons immédiatement constaté que l'adresse de courriel du créateur du site n'était pas valide (le courriel nous est revenu) et nous n'avons pas reçu de réponse de la part du webmestre.

Figure 4.6 Page d'accueil du Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange

<http://www.chez.com/arcromain/>



Au plan de la couverture, ce site Web unilingue français obtient 0 %, selon notre grille d'analyse. On ne retrouve en effet aucune mention du fait que le site « Théâtre antique et ses abords et "Arc de Triomphe" d'Orange » fait partie du patrimoine mondial de l'UNESCO, pas plus que sur les efforts de conservation entrepris ou nécessaires à la mise en valeur de ce site. Enfin, la section « Le livre d'or du site » mène l'internaute à la page d'erreur « *Page not found* ».

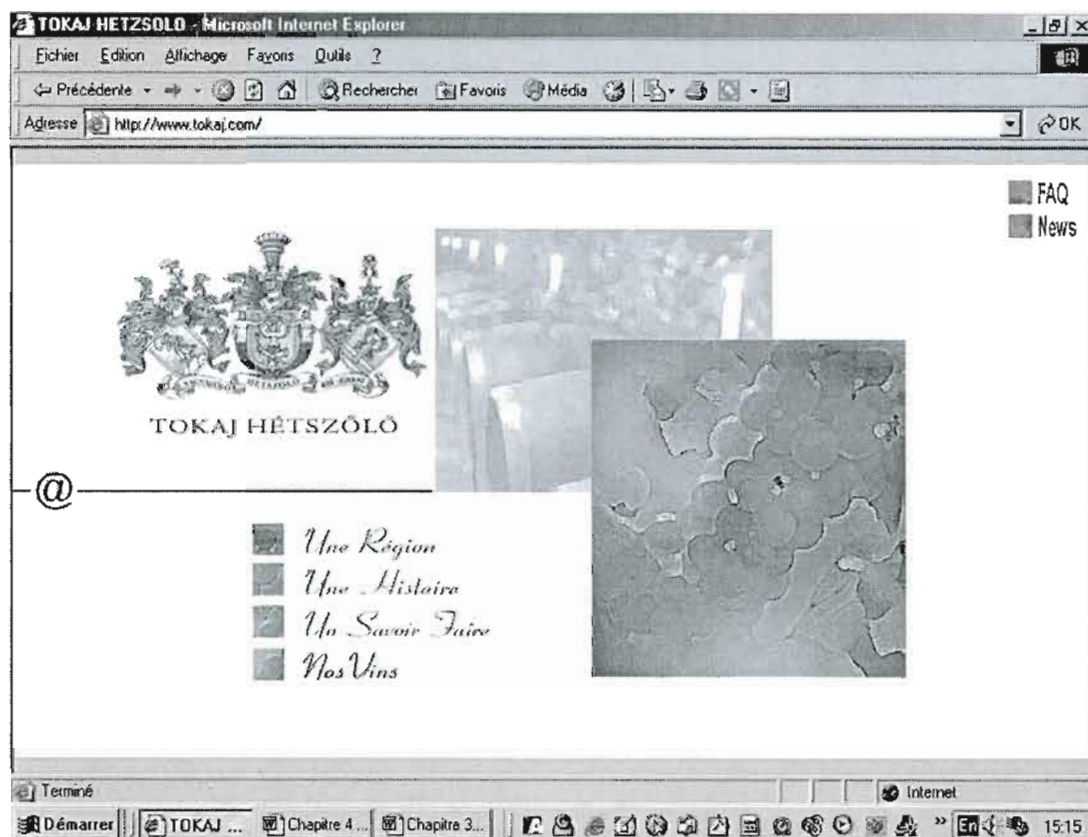
4.1.7 Hongrie : Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj

D'entrée de jeu, ce site Web offre la possibilité à l'internaute de choisir parmi quatre langues : le hongrois, le français, l'anglais et l'allemand. Ensuite, un menu général propose quatre avenues : Une région, Une histoire, Un savoir-faire, Nos vins (voir figure 4.7). C'est dans la première section, au troisième clic de souris, qu'on mentionnera que le « paysage culturel de la région est inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis juin 2002 ». Il s'agit de la seule mention liée au patrimoine mondial sur tout le site Web. Nous ne pourrions pas savoir pour quelles raisons le site est inscrit sur la Liste, ni s'il s'agit d'un bien appartenant à l'ensemble de l'humanité.

Au plan de l'autorité, notre grille d'analyse attribue le score de 66,6 % à ce site Web : il est facile de repérer qui est responsable de ce site, la nature et la raison d'être de l'organisation. En tout temps, l'internaute peut cliquer sur l'icône « @ », toujours visible. Étonnamment, cette action mène à une page où il n'y a pas d'adresse courriel. On retrouve l'adresse et le numéro de téléphone des Caves Ratkoczi (pour les visites et la boutique, peut-on lire) ainsi que le numéro de téléphone de la personne à contacter dans le cas d'exportation de bouteilles de vin. Nous n'avons donc pas pu envoyer notre courriel de demande d'information. Le reste du site Web est consacré à la description des techniques vinicoles ainsi qu'à l'histoire commerciale de ces vins hongrois.

Afin d'assurer la validité interne de notre recherche, nous avons retesté ce site Web une deuxième fois, lorsque tous les sites ont été analysés, soit le 1^{er} février 2007. Le contenu de la page visitée n'avait pas changé et les résultats obtenus grâce à notre grille d'analyse non plus.

Figure 4.7 Page d'accueil du Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj
<http://www.tokaj.com/>



4.1.8 Italie : Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)

Dès l'arrivée sur cette page Web, l'internaute apprend que le parc naturel de Cinque Terre est inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO (voir figure 4.8). Le titre du texte est : « Un paradis naturel déclaré patrimoine mondial, environnemental et culturel de l'Unesco ». Plus encore, l'internaute aperçoit le logo

du patrimoine mondial tout au haut de la page. En cliquant sur ce logo, il aboutit sur une autre page qui a pour titre : « Reconnaissances internationales aux Espaces Protégés italiens ». Il faut défiler le texte qui porte d'abord sur le « Conseil de l'Europe, le Diplôme Européen des Espaces Protégés », avant de trouver l'information relative au patrimoine mondial. Le titre de cette section est révélatrice : « Unesco : le Patrimoine mondial de l'Humanité ». Suivent ensuite tous les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO italiens, certains ayant des hyperliens. En cliquant sur celui de Cinque Terre, l'internaute revient à la page d'où il est parti, ce qui ne lui permettra pas de connaître les raisons pour lesquelles ce site est classé sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

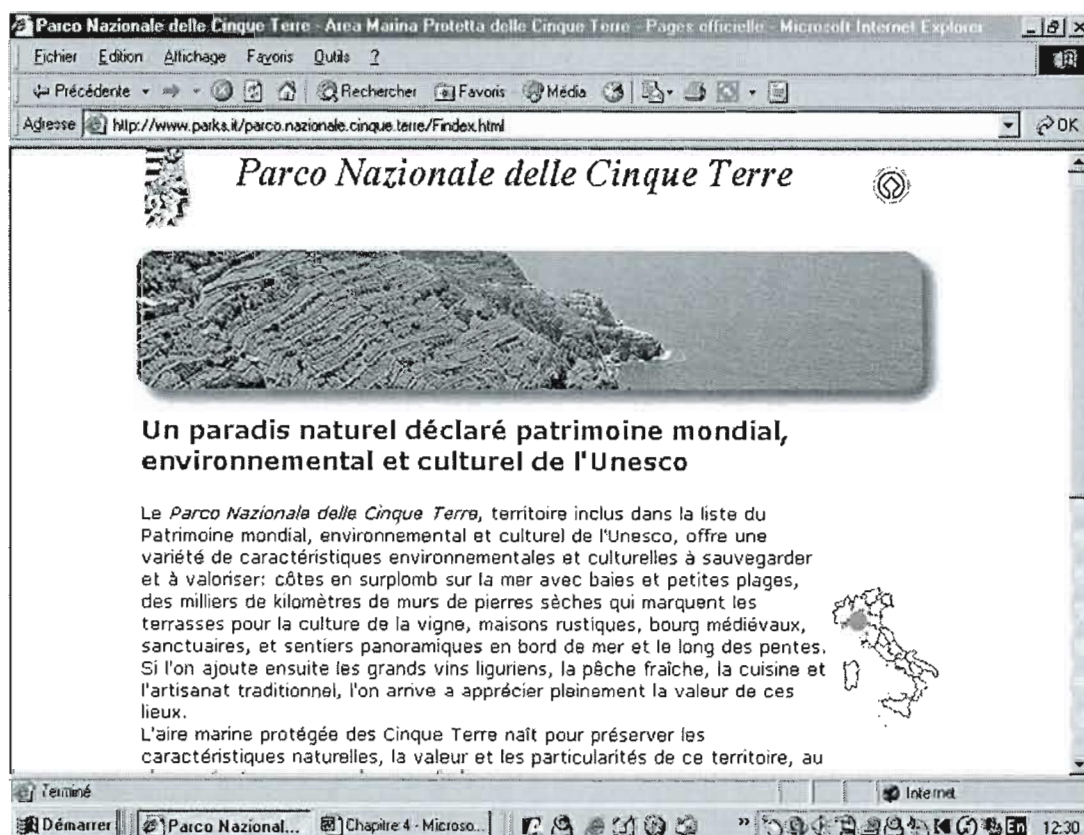
Notons par ailleurs qu'à la droite de l'écran de la page « Reconnaissances internationales aux Espaces Protégés italiens », on retrouve une description du patrimoine mondial, tel qu'elle apparaît également dans le site Web de l'UNESCO :

Le Patrimoine mondial de l'Humanité est l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations à venir. [...] Ce qui rend exceptionnel le concept de Patrimoine Mondial est son application universelle. Les sites du Patrimoine Mondial appartiennent à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés.

Enfin, il a été facile d'envoyer un courriel de demande d'information puisque l'adresse courriel « info@parconazionale5terre.it » est inscrite à même la page qui nous a d'abord été référée par l'UNESCO. Nous avons obtenu une réponse quarante-huit heures après notre envoi, ce qui nous a permis d'établir une première communication bidirectionnelle depuis le début de l'expérimentation. On nous a référée à un site Web qui contenait des réponses satisfaisantes à notre demande.

Figure 4.8 Page d'accueil de Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)

<http://www.parks.it/parco.nazionale.cinque.terre/Eindex.html>



4.1.9 Norvège : Vegaøyan – Archipel de Vega

L'analyse de cette page Web nous permet d'arriver à des résultats généralement positifs sur l'utilisation de l'Internet. Au plan de l'autorité, d'abord, l'internaute n'a qu'à effectuer un clic de souris pour vérifier la nature de l'organisation qui publie cette page Web. Il obtient du même coup les coordonnées de la personne

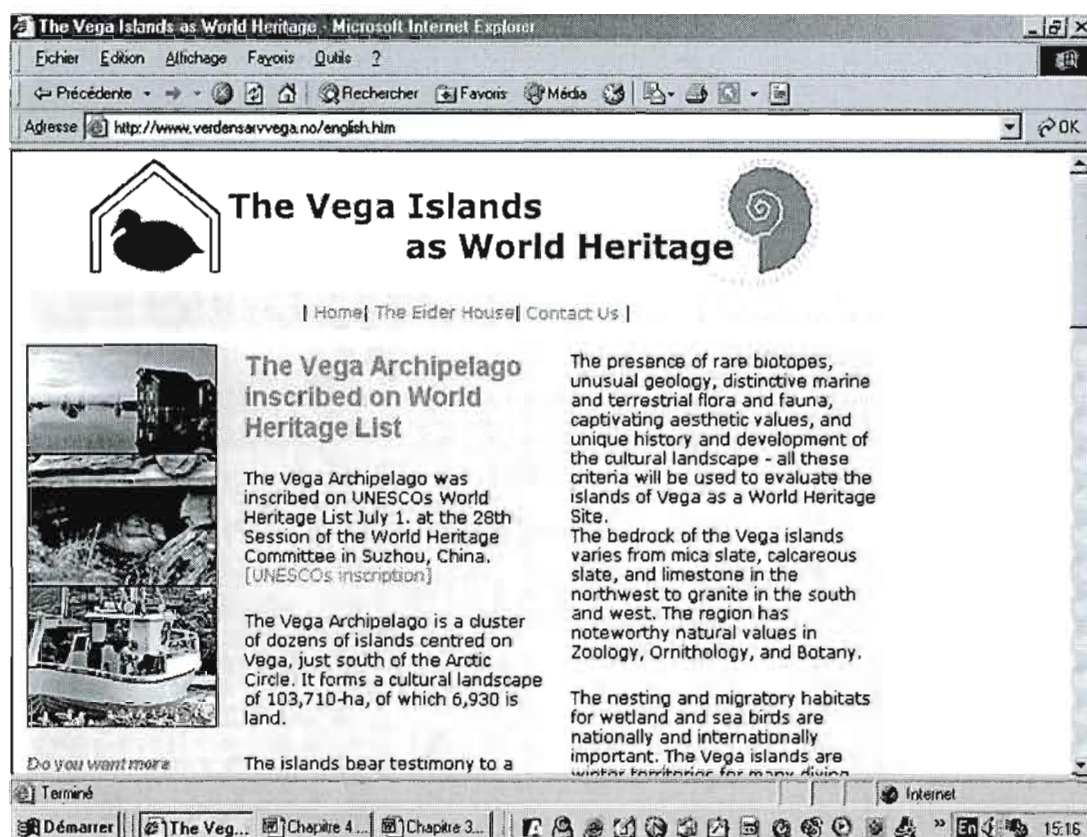
à contacter pour des demandes de renseignements. Nous avons envoyé notre courriel de test et nous avons obtenu une réponse dans les vingt-quatre heures suivant l'envoi. Une communication bidirectionnelle est donc possible – et réalisable – à partir de cette page Web.

Au niveau de la couverture, ensuite, ce site Web fait mention du patrimoine mondial à même le titre de la page d'accueil (*voir figure 4.9*). Dès le premier paragraphe, l'internaute a la possibilité de cliquer sur l'hyperlien qui le mène directement au site de l'UNESCO, à la page où il est question de l'Archipel de Vega. On retrouve ici toutes les justifications qui ont amené le Comité du patrimoine mondial à accepter l'inscription de ce site sur la Liste. Au plan de la couverture, donc, ce site obtient la note de 57 %.

La page Web de l'Archipel que nous avons visitée nous aura permis de connaître ce site du patrimoine mondial, de savoir pourquoi il en est un depuis juillet 2004 et d'entrer en communication avec la Directrice de la Fondation de l'Archipel Vega. Les seules réticences que nous avons : on ne fait pas mention des efforts de conservation et la description du patrimoine mondial est présentée comme un bien national plutôt qu'international. Ce dernier point est à nuancer puisqu'un hyperlien mène l'internaute au site de l'UNESCO en un clic de souris.

Enfin, ce site Web est accessible en norvégien, puis en anglais. La version anglaise du site est bien rédigée et sans coquille.

Figure 4.9 Page d'accueil de Vegaøyan – Archipel de Vega
<http://www.verdensarvvega.no/index.htm>



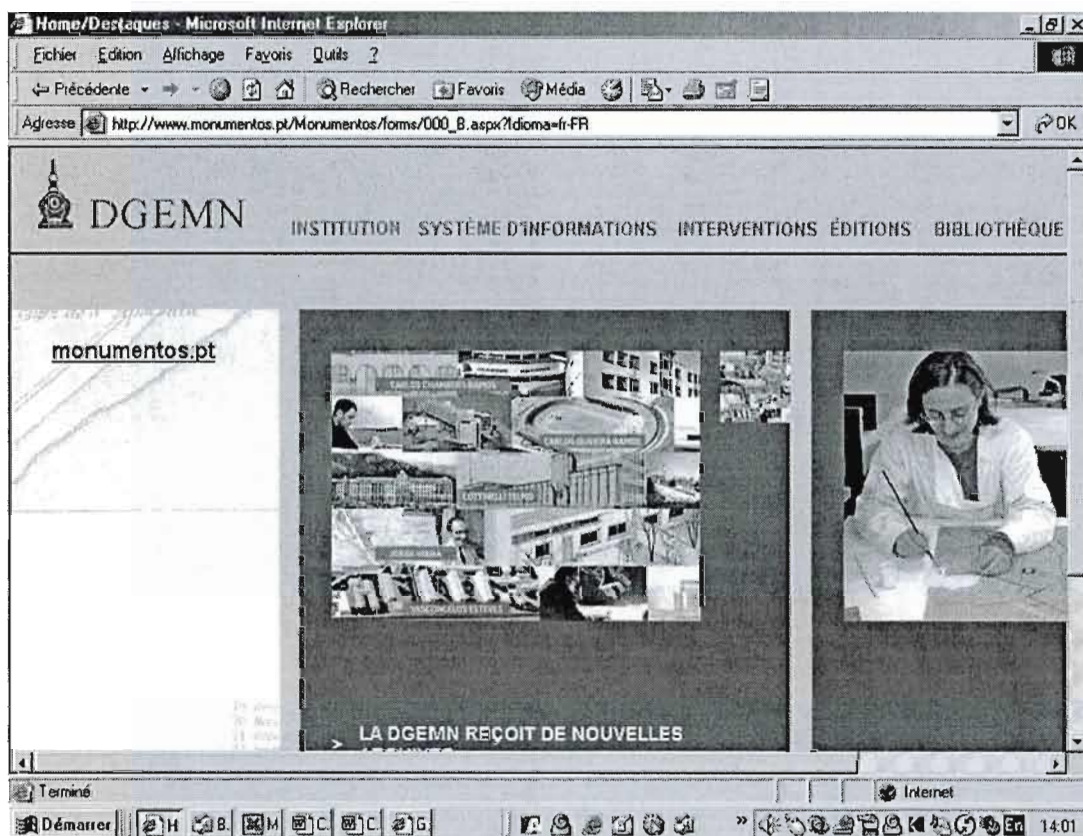
4.1.10 Portugal: Centre historique de Porto

Il nous aura fallu plusieurs minutes avant de comprendre que ce site Web est celui de la *Direction générale des édifices et des monuments nationaux (DGEMN)* (voir figure 4.10). Bien que l'internaute ait la possibilité de choisir sa langue de navigation parmi le portugais, l'anglais et le français, les pages ne sont pas toutes traduites. Ainsi, dans la section française du site devant nous décrire la nature de

l'organisation, nous arrivons à un texte rédigé en portugais. La section « contact » est, elle aussi, en portugais. Elle contient néanmoins une adresse courriel que nous avons utilisée pour envoyer notre message de demande d'information. Cette demande est restée sans réponse.

Figure 4.10 Page Web de la Direction générale des édifices et de monuments nationaux (DGEMN)

http://www.monumentos.pt/Monumentos/forms/000_A.aspx



Plusieurs pages de ce site sont vides. L'interface nous laisse croire qu'un texte doit y être coulé, mais l'espace est vierge pour l'instant. Paradoxalement, le texte suivant apparaît toujours à la droite de l'écran : « Une bonne information nous

permet d'identifier l'essentiel du superflu. Les entreprises suivantes contribuent à cet objectif. » Aucun nom d'entreprise suit le texte.

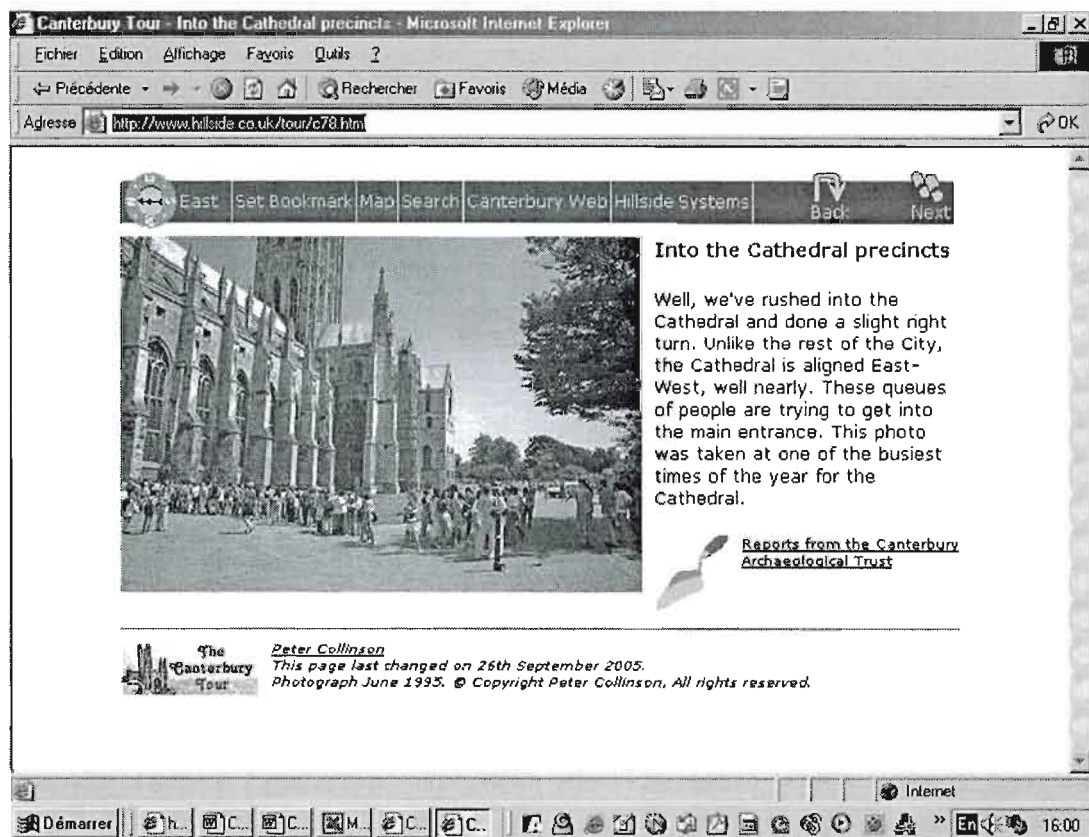
Par ailleurs, nous avons effectué une recherche par mot-clé à l'aide de notre fureteur. Nous avons scruté toutes les pages de ce site Web à la recherche du mot UNESCO. Notre recherche est demeurée vaine. Aucune mention, donc, du fait que le Centre historique de Porto est inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Nous avons ensuite navigué dans ce site Web en choisissant la langue anglaise. Cette fois, nous avons pu comprendre que nous étions sur un site d'un organisme para-gouvernemental qui a pour but de contribuer – par la recherche, la construction et la conservation – au rayonnement d'édifices patrimoniaux. Ceci dit, rien ne laisse croire que ces activités sont réservées notamment au Centre historique de Porto, ni que cette région est inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Notons enfin que sur la version anglaise du site Web, certains passages sont également publiés en portugais.

4.1.11 Royaume-Uni : Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry

L'UNESCO nous propose de visiter cette page Web qui est en fait une page personnelle conçue par Peter Collinson. Dès la page d'accueil (voir figure 4.11), Collinson attache un hyperlien à son nom qui nous permet de découvrir qui il est : un consultant informatique qui publie également de l'information sur la région qu'il habite, Cantorbéry.

Figure 4.11 Page d'accueil de la Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry
<http://www.hillside.co.uk/tour/c78.html>



Notre grille d'analyse attribue le score de 2 % à la section « couverture ». En effet, on ne retrouve aucune mention du fait que la cathédrale est classée patrimoine mondial de l'UNESCO. L'auteur du site Web propose une visite virtuelle de l'extérieur de la cathédrale. Il mentionne sur la vignette qui accompagne une photographie, au dixième clic de souris, que les environs de la cathédrale sont occupés par des commerçants qui profitent de la manne touristique. Il spécifie que

cela est dû aux coûts liés au maintien de la cathédrale. Voilà la seule information que nous aurons trouvée au sujet des efforts de conservation et de restauration de la cathédrale.

Ce site Web est par contre le seul à inscrire la date à laquelle l'information a été mise à jour la dernière fois. Cette information apparaît pratiquement à chacune des pages du site Web, site qui est unilingue anglais.

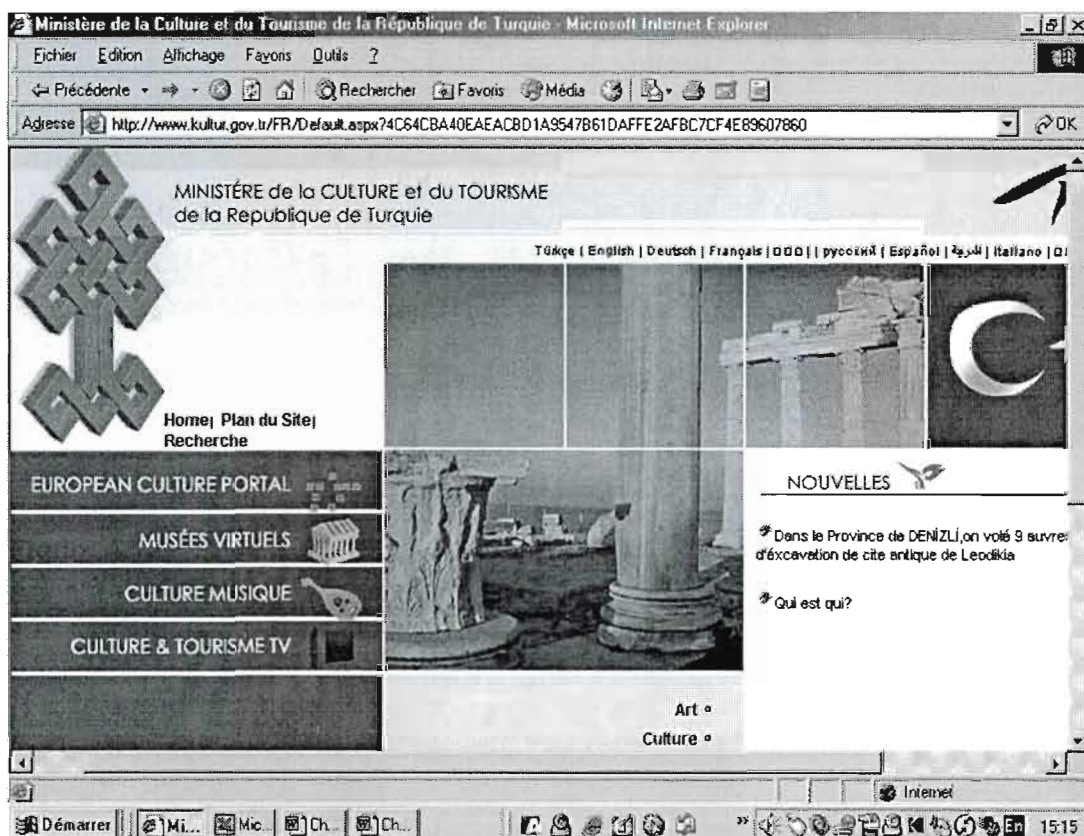
4.1.12 Serbie : Vieux Ras avec Sopoćani

L'UNESCO ne propose aucun hyperlien pour le site de Sopoćani. Pourtant, nous avons rapidement trouvé de l'information sur ce monastère serbe à partir du moteur de recherche *Google*. Comme nous l'avons expliqué au chapitre sur la méthodologie, nous ne consultons que les sites Web proposés par l'UNESCO.

4.1.13 Turquie : Zones historiques d'Istanbul

Comme l'hyperlien proposé par l'UNESCO ne fonctionnait pas, nous avons réussi à trouver le site du *Ministère de la culture et du tourisme de la République de Turquie* en n'utilisant que la première partie de l'adresse URL : <http://www.kultur.gov.tr/portal/> (voir figure 4.11). Ce site est disponible en neuf langues. Bien qu'on nous informe des numéros de téléphone de chacun des ministres de Turquie, il n'y a pas d'adresse courriel sur ce site Web. Nous n'avons donc pas pu envoyer notre courriel de demande d'information.

Figure 4.12 Page d'accueil de Zones historiques d'Istanbul
<http://www.kultur.gov.tr/portal/>



En passant par le plan du site, nous avons pu trouver de l'information relative aux sites du patrimoine mondial de l'UNESCO en Turquie. Les neuf sites sont énumérés avec leur date d'inscription sur la Liste (*voir figure 4.12*). Le texte précédant et suivant cette liste ne renseigne pas davantage sur les raisons pour lesquelles ces sites sont inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, pas plus que sur les efforts entrepris pour les conserver et les restaurer.

Figure 4.13 Page « La Turquie sur la liste du Patrimoine Mondial »

<http://www.kultur.gov.tr/FR/BelgeGoster.aspx?4C64CBA40EAEACBD1A9547B61DAFFE2A2E437DC31A6C696A>

Turquie sur la liste du Patrimoine Mondial

Notre pays a fait enregistrer neuf places sur la liste du Patrimoine mondial au terme des travaux menés sous la responsabilité de la Direction Générale des Biens Naturels et Culturels, après avoir signé le traité du Patrimoine mondial d'UNESCO en 1983. Les places en question sont Istanbul, Safranbolu, Boğazköy, Le Mont Nemrut, Xanthos-Letoon, La Mosquée "Ulu Cami" de Divriği et son hôpital, Troie, Pamukkale et Göreme-Cappadoce.

Nos Bien Culturels et Naturels figurant sur la liste du Patrimoine Mondial :

Ordre No	Caractéristique	Dénomination	Date d'inclusion dans la liste du Patrimoine Mondial
356	Culturel	Zones Historiques d'Istanbul	06.12.1985
357	Naturel/Culturel	Parc National de Göreme et Cappadoce	06.12.1985
358	Culturel	Mosquée "Ulu Cami" et hôpital de Divriği	06.12.1985
377	Culturel	Hattuşaş	28.11.1986
448	Culturel	Mont Nemrut	11.12.1987
484	Culturel	Xanthos - Letoon	09.12.1988
485	Culturel/Naturel	Hierapolis-Pamukkale	09.12.1988
614	Culturel	Ville de Safranbolu	17.12.1994
849	Culturel	Ville archéologique de Troie	02.12.1998

L'internaute peut ensuite lire une description de dix-neuf sites que le ministère de la Turquie veut faire inscrire sur la liste du Patrimoine mondial et les raisons pour lesquelles ces sites devraient être reconnus par l'UNESCO. Le texte se termine comme suit :

En bref, La liste provisoire du Patrimoine Mondial présentée par notre Ministère (sic), à l'UNESCO, contient 2 Zones naturelles-culturelles, 2 Zones de paysage culturel, 15 biens d'ordre culturel, soit 19 au total. Notre but est de faire connaître (sic) nos valeurs culturelles au monde entier et d'assurer leur protection avec la contribution de la communauté internationale.

Considérant que le but du ministère est de faire connaître les valeurs culturelles de la Turquie au monde entier, on ne peut que s'étonner de ne pas trouver, sur son site Web, une description des Zones historiques d'Istanbul. Outre la mention sur la liste des neufs sites turcs, l'internaute ne peut apprendre pourquoi les Zones historiques d'Istanbul font partie du patrimoine mondial de l'UNESCO, et s'il s'agit d'un bien appartenant à l'ensemble de l'humanité. Pourtant, les sites qui ne figurent pas encore sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO sont présentés de façon plus détaillée : on décrit les raisons qui amènent le ministère de la Turquie à croire que ces sites méritent une inscription. Au plan de la couverture, donc, notre grille d'analyse attribue le score de 20 % à ce site Web.

4.2 Présentation des faits saillants

Nous sommes maintenant en mesure de comparer entre elles les pages Web de sites du patrimoine mondial que nous avons analysées. L'ensemble des résultats de notre recherche, par catégories, figure à l'appendice C, mais voyons dans un premier temps le classement général des pages Web étudiées.

Tableau 4.1
Les pages Web et le score total de l'analyse

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	70,625 %
2	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	60 %
3	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof	63,125 %
4	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	58,75 %
5	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	53,125 %
6	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	50,625 %
7	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes	45,625 %
8	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	38,75 %
9	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	33,75 %
10	Portugal	Centre historique de Porto	16,875 %
11	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	12,5 %
	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Si nous considérons que la partie « couverture » de notre grille d'analyse constitue le noyau de notre recherche, et que nous n'évaluons que cette section, les deux premiers sites conservent leur position; et les troisième et quatrième échangent

leur rang. Nous pouvons donc confirmer que les quatre premiers sites demeurent en tête de liste.

Tableau 4.2

Les pages Web et le score à la section « couverture »

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	78,57%
2	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	57,15%
3	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	40 %
4	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof	28,57%
5	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes	28,57%
6	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	20%
7	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	20%
8	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	1,43%
	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	0%
	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	0%
	Portugal	Centre historique de Porto	0%
	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Par ailleurs, le classement total donne le cinquième rang au site du Royaume-Uni « Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry ». Or, notre grille d'analyse a attribué un fort score à ce site à la section « Mise à jour » (*voir* tableau 4.3), en comparaison aux autres sites. Il est en effet le seul site à avoir inscrit la date à laquelle l'information a été publiée et la date à laquelle elle a été révisée pour la dernière fois. Si nous ne considérons pas cette section de l'analyse pour mettre l'emphasis sur la couverture, le site se retrouverait au huitième rang. Les deux sites Web personnels obtiennent ainsi la huitième et la onzième positions.

Tableau 4.3
Les pages Web et le score à la section « Mise à jour »

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	72.5%
2	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	25%
3	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	0%
4	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	0%
5	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	0%
6	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	0%
7	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	0%
8	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	0%
9	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	0%
10	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	0%
11	Portugal	Centre historique de Porto	0%

12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Enfin, parmi les 13 sites du patrimoine mondial analysés dans le cadre de cette recherche, l'UNESCO aura fourni un hyperlien pour visiter virtuellement 12 de ces sites. Comme trois de ces hyperliens ne fonctionnent pas, l'internaute a, en théorie, la possibilité de visiter neuf sites. Nous avons réussi à trouver la page Web recherchée de deux des trois sites ayant un hyperlien non fonctionnel en décortiquant l'adresse URL que nous fournissait l'UNESCO. Ainsi, nous avons analysé 11 sites répartis dans autant de pays. Le chapitre suivant aura pour objectif de répondre à notre question de recherche en faisant le pont entre les résultats recensés ci-haut et les concepts développés au chapitre sur le cadre théorique.

CHAPITRE V

INTERPRÉTATION DES DONNÉES ET RÉPONSE À LA QUESTION DE RECHERCHE

5.1 Interprétation générale à partir des grilles d'analyse

Le survol des résultats nous permet de constater que les pages Web analysées sont très inégales. Les auteurs sont d'ailleurs de différents horizons : parmi les 11 pages analysées, quatre sont régies par des organismes paragouvernementaux, trois par les gouvernements (deux ministères et une ville), deux sont des pages personnelles, une page est gérée par une fondation et une autre l'est par un organisme privé (caves à vin de Caves Ratkoczi / Hongrie). Les quatre pages Web ayant récolté les meilleurs scores à notre grille d'analyse sont paragouvernementaux (2), gouvernemental (1) et la fondation. Ces pages Web ont en commun d'avoir proposé, de façon générale, une bonne couverture de leur site en tant que patrimoine mondial de l'UNESCO. Toutefois, un seul de ces quatre lauréats a exposé le fait que le site dont il s'occupe de faire la promotion est un bien appartenant à l'ensemble de l'humanité, concept au cœur de notre problématique de recherche. Regardons de plus près comment l'analyse des pages Web nous conduira à infirmer ou à confirmer notre hypothèse de recherche.

5.2 Réponse à la question de recherche

Nous voilà maintenant rendu à l'étape qui nous permettra de répondre à notre question de recherche. Nous demandions donc comment le recours à la mise en ligne de pages Web dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO contribue au positionnement de la notion de culture identitaire commune à tous les peuples du monde.

Comme nous l'avons déjà souligné, une seule des pages Web étudiées mentionnait que le site de patrimoine mondial de l'UNESCO, en l'occurrence Portovenere, Cinque Terre et les Îles (Italie), est un bien inscrit sur la Liste du patrimoine mondial, ce qui lui confère une appartenance à l'ensemble de l'humanité. Or, cette information, quoique disponible, a été difficile à trouver. De plus, la réponse à notre question de recherche ne se limite pas à cette observation. Regardons en quoi les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial que nous avons étudiées ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, restreignant ainsi l'émergence d'une culture identitaire mondiale.

5.2.1 Des relations publiques efficaces ?

Penchons-nous d'abord sur la communication bidirectionnelle, telle que décrite par Grunig *et al.* (1992). Ce dernier soutient notamment que, pour être efficaces, les communications entre une organisation et ses publics doivent être bidirectionnelles, de façon à contribuer à la mutualité dans les échanges d'information. Les acteurs gravitant à l'intérieur et autour de l'organisation sont en effet susceptibles de s'inter-influencer et le dialogue demeure le meilleur processus de relations publiques, même si ce dialogue ne prend la forme interactive que d'échanges de courriels. Or, parmi les pages Web étudiées, nous avons pu établir une communication bidirectionnelle avec seulement deux organisations (Archipel de

Vega en Norvège et Portovenere, Cinque Terre et les îles en Italie). Au total, neuf sites offraient la possibilité d'envoyer un courriel, dont un site (Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange) donnait deux adresses courriel, pour un total de dix envois effectués. Les deux sites avec lesquels nous avons pu entrer en communication figurent par ailleurs aux deuxième et quatrième rangs (scores totaux), selon notre grille d'analyse.

D'autre part, en comparant l'environnement organisationnel à une cage de Faraday, Maisonneuve (2004) soutient que cette cage peut être très rassurante à l'égard des individus qui composent un groupe, mais elle peut également contribuer à créer des effets de distorsion des perceptions. Survient alors une incommunicabilité entre l'organisation et ses différents publics. Nous avons navigué sur 11 pages Web de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Parmi ces pages, deux affichaient des bandeaux publicitaires. Une de ces pages (Minières néolithiques de silex de Spiennes, en Belgique) offrait la possibilité à l'internaute de cliquer sur quatre bandeaux dont trois étaient de la publicité. Pourtant, rien ne les identifiait en ce sens. En présentant sur le Web de l'information qui n'est pas claire quant au sens (publicité versus contenu rédactionnel), les Minières néolithiques de silex de Spiennes nous fournissent l'occasion de considérer leur page Web comme un bel exemple de communication qui concourt à la distorsion des perceptions des usagers du Web.

Le site Web du *Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj* (Hongrie) nous fournit également un bel exemple de communication brouillée, cette fois au plan du graphisme. Les internautes sont invités, à plusieurs endroits sur le site Web, à cliquer sur l'icône « @ ». En faisant ainsi, ils arrivent à une page où figurent les coordonnées physiques de l'organisme, mais il n'y a aucune adresse courriel. Pourtant, le caractère typographique arobase n'est utilisé que dans les adresses de courrier électronique. On induit ici les internautes en erreur en leur suggérant la possibilité d'entrer en communication par voie électronique avec les responsables du site Web, alors qu'il est impossible de le faire.

À un niveau plus macro, nous avons constaté en cours d'expérimentation que l'UNESCO ne fournit pas toujours des informations exactes sur son site Web (<http://whc.unesco.org/fr/list>), contribuant ainsi à augmenter la distorsion des perceptions, telle que décrite par Maisonneuve (2004). L'UNESCO invite en effet les internautes à consulter d'autres pages Web par hyperliens qui ne fonctionnent pas (trois sur 12, dans le cadre de cette recherche) et elle dirige également les internautes vers des pages Web n'ayant pas de liens directs avec le site du patrimoine mondial dont elle devrait faire la promotion. Pour illustrer cette lacune, nous n'avons qu'à penser à la page Web de la Direction générale des édifices et des monuments nationaux (DGEMN) décrite au chapitre précédent qui ne nous aura fourni aucune information sur le site du patrimoine mondial du Centre historique de Porto. Nous pouvons également nous étonner du fait que l'UNESCO oriente les visiteurs de son site Web vers des pages personnelles où l'exactitude du contenu est discutable.

Enfin, nous avons constaté que, de façon générale, la structure de la majorité des pages Web visitées dans le cadre de cette étude ne contribuait pas à rendre la communication entre les organisations et les internautes efficace. Seules trois pages Web obtiennent une note totale supérieure à 60 % et une seule page dépasse ce pourcentage à la section *couverture* de notre grille d'analyse, section primordiale pour notre étude puisqu'elle traite spécifiquement de la visibilité de l'UNESCO sur les pages Web visitées.

5.2.2 Vers l'émergence d'une culture identitaire mondiale ?

Castells figure parmi les auteurs que nous avons beaucoup cités au chapitre sur le cadre théorique, lorsque nous avons abordé la question identitaire. Rappelons ici son hypothèse (Castells, 1999, p. 22) : « *Les sujets, si et quand ils sont construits, ne le sont plus à partir des sociétés civiles, qui sont en passe de se*

désintégrer, mais dans le sillage d'une résistance communautaire.³⁵ » Il évoque dans *Le pouvoir de l'identité* l'urgent besoin chez le citoyen d'exprimer son identité et de la faire reconnaître par les autres. Plusieurs pages Web que nous avons analysées dans le cadre de la présente recherche ont révélé la résurgence de nationalismes qui se manifestent contre l'étranger, tels que décrits par Castells. Citons en exemple la page Web des *Zones historiques d'Istanbul*, en Turquie. L'auteur, en l'occurrence le ministère de la Culture et du Tourisme de la République de Turquie, publie un texte révélateur du besoin d'exprimer son identité en réaction à la mondialisation, tel que décrit par Castells. Dans la section *patrimoine mondial* du site Web, d'une part, il n'est pas question de l'appartenance des sites du patrimoine mondial sur le territoire turc à l'ensemble de l'humanité. Ces sites sont plutôt décrits comme des biens nationaux. D'autre part, on informe l'internaute que la Turquie est un pays qui s'élève au-dessus des autres lorsqu'il est question des inscriptions des sites sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO :

L'existence de 9 unités culturelles sur la liste du Patrimoine Mondiale (sic), (sic) pourrait paraître suffisante pour un grand nombre de pays dans le monde, mais ce chiffre est bien (sic) en-dessous (sic) du niveau mérité, si l'on prend en considération les richesses possédées par la Turquie. Il s'agit, (sic) d'une insuffisance sûre et certaine, du point de vue de la diversité régionale et architecturale ainsi que pour le reflet des cultures locales et différentes.³⁶

Ce passage illustre également la pensée de Wolton lorsqu'il affirme (2003) que plus on s'ouvre au monde, plus le besoin de défendre son identité (culturelle, régionale, linguistique) se fait sentir. Dans le même sens, trois³⁷ des onze sites étudiés ont pris la peine d'inclure une section où l'internaute peut découvrir les autres sites du patrimoine mondial à l'intérieur du pays visité, sans nécessairement mentionner que ces sites appartiennent à l'ensemble de l'humanité. On met d'avantage l'emphasis sur le fait que le site en question est un bien national.

³⁵ En italique dans le texte.

³⁶ <http://www.kultur.gov.tr/FR/BelgeGoster.aspx?4C64CBA40EAEACBD1A9547B61DAFFE2A2E437DC31A6C696A>

³⁷ Italie, Turquie et Finlande.

5.2.2.1 Assumer la diversité des langues

Nous l'avons vu au chapitre sur le cadre théorique, Wolton (2003) avance neuf propositions pour construire un projet politique susceptible de rendre possible la cohabitation culturelle. Parmi ces propositions, certaines sont liées au problématiques que nous étudions : *assumer la diversité des langues et penser le tourisme*.

Assumer la diversité des langues est une des conditions à la réussite de la cohabitation culturelle décrite par Wolton qui est, selon nous, respectée de façon générale sur les pages Web que nous avons étudiées. En effet, comme nous pouvons le constater au tableau 5.1, parmi les 11 pages visitées, sept offraient plus d'une langue de navigation. Dans ces pages Web, la langue officielle du pays était présente, plus d'autres langues, dont souvent l'anglais. Ainsi, le touriste ou le citoyen (chercheur, historien, etc.) qui visite virtuellement les pages Web de sites du patrimoine mondial a le loisir de découvrir les sites du patrimoine mondial, de comprendre le message diffusé dans une langue qu'il comprend et d'appivoiser la langue du pays dans lequel est situé le site touristique.

Toutefois, ce résultat est à nuancer puisque quatre pages Web étaient unilingues. Cela démontre qu'il y a certes un respect des identités linguistiques, mais cela restreint la possibilité, pour les utilisateurs du Web, d'entrer en communication avec les organisations qui se présentent uniquement dans la langue officielle de leur pays. Sans être la langue exclusive de l'Internet, l'anglais peut, comme le soutient Guédon (1996), avoir une fonction de langue véhiculaire. Dans le cas du tourisme mondial, cette fonction est primordiale.

Enfin, soulignons le cas du site de la Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof, en Allemagne. La page Web de ce site est révélatrice d'un certain

paradoxe : elle est une rare page étudiée à afficher, en page d'accueil, le logo de l'UNESCO et celui du patrimoine mondial (en allemand, français et anglais) et pourtant, tout le contenu du site est unilingue allemand, restreignant ainsi la possibilité de communiquer avec un grand nombre de citoyens du monde.

Tableau 5.1

Les pages Web de sites du patrimoine mondial et leur(s) langue(s) de diffusion

Pays	Sites du patrimoine mondial	Langues de diffusion³⁸
Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	Allemand
Belgique	Minrières néolithiques de silex de Spiennes	Français
Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	Anglais Catalan Castillan
Finlande	Forteresse de Suomenlinna	Finlandais Suédois Anglais
France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	Français

³⁸ Les langues sont énumérées dans l'ordre dans lequel elles sont présentées dans chacune des pages Web analysées.

Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	Hongrois Français Anglais Allemand
Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	Français Anglais Italien
Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	Anglais Norvégien
Portugal	Centre historique de Porto	Portuguais Certaines sections en français Certaines sections en anglais
Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	Anglais
Turquie	Zones historiques d'Istanbul	Turque Anglais Allemand Français Espagnol Arabe Italien Suédois

5.2.2.2 Penser le tourisme

La deuxième condition à la réussite de la cohabitation culturelle décrite par Wolton (2003) et qui concerne notre recherche est *penser le tourisme*. Wolton soutient que des pays, particulièrement les pays du Sud, pourraient devenir hostiles et se fermer si le tourisme qui s'y pratique contribue au renforcement de l'impérialisme commercial lié à la globalisation plutôt que d'être orienté dans une perspective de tourisme durable. Cette deuxième condition demeure, selon nous, loin d'être concrétisée par les organisations touristiques que nous avons visitées via le Web pour cette recherche. En effet, seule une page Web a fait mention que sur le site du patrimoine mondial, en l'occurrence la Forteresse de Suomenlinna, en Finlande, se pratique un tourisme durable. Cette page Web³⁹, qui arrive première d'après notre grille d'analyse, est aussi la seule à proposer une section réservée aux touristes. Ces derniers sont invités à participer à la conservation du site par des gestes concrets tels que la supervision des enfants pour qu'ils ne grimpent pas aux murs des remparts, le contrôle des animaux domestiques et la conservation de la flore environnante. Les responsables de cette page Web décrivent ensuite les efforts de conservation et de rénovation entrepris par le ministère de l'Éducation depuis que le site a été inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, en 1991.

En publiant *La trousse d'information sur le patrimoine mondial* (2005), où sont notamment présentés sept axes d'action pour améliorer la capacité des sites du patrimoine mondial de préserver leurs ressources grâce au tourisme durable, l'UNESCO procède à une importante étape dans la réalisation de programmes de communication, selon Broom et Dozier (1990). Ces chercheurs, nous l'avons vu au chapitre sur le cadre théorique, croient en effet que les programmes de communication doivent être découpés en objectifs précis, de manière à pouvoir les mesurer systématiquement.

³⁹ <http://www.suomenlinna.fi/index.php?menuid=22&lang=eng>

Or, par la publication de ces axes d'action, l'UNESCO nourrit des ambitions idéalistes qui ne se reflètent pas, selon nous, dans l'ensemble des pages Web que nous avons visitées dans le cadre de cette recherche. Les objectifs sont définis par l'UNESCO, certes, mais l'analyse des pages Web que nous avons faite nous amène à penser qu'il n'y a pas de lien entre ces intentions et la réalité virtuelle des sites du patrimoine mondial. Un des axes établi par l'UNESCO est celui de « mieux faire comprendre aux professionnels du tourisme la nécessité de protéger le patrimoine mondial, ses valeurs et ses politiques » (UNESCO, 2005, p .21). Les responsables des relations publiques, qui mettent en ligne des pages Web pour présenter un site du patrimoine mondial, font partie de ces professionnels du tourisme décrits par l'UNESCO. Notre analyse nous permet d'affirmer qu'il existe un décalage entre les ambitions idéalistes de l'UNESCO en matière de tourisme durable et la réalité observée sur le Web.

Ainsi, nous croyons qu'il pourrait être intéressant, dans le cadre d'une recherche ultérieure, d'étudier les communications internes entre l'UNESCO et ceux qu'elle appelle « les professionnels du tourisme ». Considérant qu'il existe un tel décalage entre les objectifs communicationnels que l'UNESCO publie dans sa *Trousse d'information sur le patrimoine mondial* et ce que nous avons observé sur le Web, nous pouvons questionner les mécanismes communicationnels entre l'UNESCO et ses publics. Pourraient s'ensuivre des recommandations quant au développement d'une politique de communication conduisant à des observations plus convaincantes que ce qu'il a nous été donné d'étudier récemment.

Parmi les deux conditions à la réussite de la cohabitation culturelle de Wolton que nous avons étudiées, donc, une est partiellement réussie (assumer la diversité des langues), alors que l'autre (penser le tourisme) est pratiquement absente des pages Web que nous avons analysées. Ce constat s'inscrit dans les résultats que nous a révélés l'étude des pages Web à l'égard de la mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, puis à l'observation de manifestations de micro-

nationalismes, tels que décrits par Castells et Wolton. Notre étude aura donc permis de confirmer notre hypothèse de recherche selon laquelle les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, ce qui restreint l'émergence virtuelle d'une culture identitaire mondiale.

Cette constatation nous amène à donner raison à Wolton qui écrit (2003, p.9) : « Le monde est devenu un village global sur le plan technique, il ne l'est pas sur le plan social, culturel et politique. » Dans la perspective d'une cohabitation culturelle réussie, Wolton (2003, p. 202) soutient que les médias de masse constituent des « moyens privilégiés pour à la fois préserver les identités collectives, et se sensibiliser à l'Autre sans se sentir menacé ». Or, nous venons de le constater, nous ne sommes pas rendus là.

CHAPITRE VI

CONCLUSION

En terminant cette recherche, nous désirons revenir sur quelques informations et notions qui nous ont permis de bien comprendre le phénomène à l'étude. Au début de ce travail, nous demandions, dans notre question de recherche, comment le recours à la mise en ligne de pages Web dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial contribue-t-il au positionnement de la notion de patrimoine mondial comme appartenant à tous les peuples du monde ? Nous émettions ensuite l'hypothèse voulant que les stratégies d'information dont témoignent les pages Web consacrées aux sites du patrimoine mondial ne contribuent pas au déploiement d'une mise en valeur du patrimoine mondial de l'UNESCO, ce qui restreint l'émergence virtuelle d'une culture identitaire mondiale. Après analyse, il semble que notre hypothèse s'avère juste.

Avant d'en arriver à la confirmation de notre hypothèse, nous avons vu au chapitre I comment certains auteurs et théoriciens ont souligné les vertus de l'Internet. Nous avons constaté que l'UNESCO, par la voix de son directeur de la division information et informatique, adhère à cet optimisme technologique. Ensuite, nous nous sommes penché sur les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO en tant qu'objet d'analyse. Ces sites ont de particulier qu'ils appartiennent à l'ensemble de l'humanité. Ils sont porteurs d'un bagage identitaire qui peut servir de point de

rencontre entre les peuples, d'autant plus que l'art en tant qu'objet de communication peut réussir là où le langage échoue, selon Castells (2002).

Le chapitre II qu'est notre cadre théorique nous aura permis d'expliquer les concepts liés à notre recherche. Dans un premier temps, nous avons décrit le rôle des relationnistes et la transformation de leur travail depuis l'arrivée d'Internet. Nous nous sommes penché spécifiquement sur les caractéristiques de ce média en résumant la pensée d'auteurs qui y voient non seulement un objet technique, mais une transformation plus profonde des réseaux de communication dans la société. Nous avons ensuite résumé les études de réceptions s'appliquant aux médias électroniques. Puis, nous nous sommes attardé à la théorie de la modélisation de l'impact des médias de Grunig *et al.* (1992), théorie qui aura servi de fondement à notre méthodologie.

Nous avons enfin défini les notions de culture et d'identité dans le contexte de la mondialisation de la communication. Nous avons retenu que les auteurs Manuel Castells (2002) et Dominique Wolton (2003) s'entendent pour dire que, à l'heure où les frontières géographiques s'estompent, le besoin de redéfinir sa propre identité (culturelle, régionale, linguistique) se fait sentir. L'envie de la faire reconnaître par les autres devient elle aussi de plus en plus urgente. Nous avons vu que Wolton (2003) suggère neuf propositions afin de construire un projet de cohabitation culturelle où l'on reconnaîtrait les spécificités des collectivités, tout en admettant l'adhésion à certaines règles, ce qui permettra de transcender les différences. Parmi ces propositions, deux sont intimement liées à notre projet de recherche : *assumer la diversité des langues* et *penser le tourisme*.

Dans le troisième chapitre, nous avons exposé notre méthodologie de recherche : d'abord en révélant les caractéristiques de la méthode de l'étude de cas, puis en décrivant l'analyse de contenu de vérification. Nous avons ensuite justifié les raisons qui nous ont amenée à choisir un échantillonnage systématique à plusieurs degrés, puis nous avons circonscrit les pages Web à analyser. Nous avons

également décortiqué les modes et les unités d'enregistrement pour développer un bordereau d'analyse adapté spécialement pour cette recherche. Nous avons finalement exposé les lacunes et les avantages de notre approche méthodologique, tout en décrivant les limites de notre recherche.

Le chapitre IV, résultats, a été consacré à l'analyse des pages Web de sites du patrimoine mondial. C'est ici que chacune des 13 pages référencées par l'UNESCO a été évaluée successivement à partir de notre grille d'analyse. Puis, nous avons exposé les faits saillants des pages Web étudiées, avant de les comparer entre elles.

Enfin, le chapitre V, interprétation des données et réponse à la question de recherche, nous aura permis d'analyser les résultats recensés. La recherche nous aura notamment appris que les stratégies de relations publiques mises de l'avant dans la mise en ligne de pages Web de sites du patrimoine mondial d'Europe sont peu efficaces. On retrouve, en effet, nombre d'exemples de communications brouillées : mauvaises traductions, pages Web vides de contenu, hyperliens non fonctionnels, graphisme trompeur et publicités mensongères. Et tout ceci sans compter qu'il aura été possible d'établir une communication bidirectionnelle avec seulement deux des 13 organisations à l'étude. Le fait que neuf de ces organisations offraient la possibilité d'envoyer un courriel est d'autant plus révélateur de techniques de relations publiques douteuses : on donne l'impression de vouloir établir une communication, mais on n'offre pas le suivi attendu.

Lorsqu'on s'attarde à la question identitaire, on constate que, bien que l'Internet soit un média de plus en plus démocratique et qu'il permette la rencontre de l'altérité de façon plus directe qu'auparavant, nous ne sommes pas rendus au point de voir émerger une culture identitaire mondiale par les pages Web de sites du patrimoine mondial d'Europe. Plusieurs auteurs entretiennent un discours optimiste à l'égard de l'Internet en lui attribuant la capacité de contribuer à resserrer les liens entre les citoyens et d'améliorer l'information et l'ouverture entre les groupes

d'appartenances culturelles diverses, mais cette recherche nous amène plutôt à admettre le contraire. Nous avons recensé plusieurs manifestations du besoin d'exprimer l'appartenance de sites du patrimoine mondial à un peuple ou à un territoire en particulier, plutôt qu'à l'ensemble de l'humanité. Les sites du patrimoine mondial virtuellement visités pour cette recherche affichent souvent, de façon paradoxale, le logo de l'UNESCO, tout en omettant d'élaborer sur le caractère universel du site : on aime afficher la médaille, mais on tarde à appliquer les valeurs sous-jacentes au patrimoine mondial.

Il ne faut certes pas négliger un aspect qui concourt à la résolution de la cohabitation culturelle décrite par Wolton (2003). La diversité des langues que nous avons pu observer dans le cadre de cette recherche est un pas en avant dans le partage d'une identité mondialisée. Les internautes qui naviguent sur les pages Web étudiées ont, pour plusieurs d'entre eux, la possibilité de comprendre le contenu des pages Web grâce à la langue véhiculaire de l'anglais et peuvent également se familiariser avec la langue du pays d'accueil, langue porteuse d'un fort bagage identitaire culturel.

Or, l'aspect le plus important pour la réussite de la cohabitation culturelle selon Wolton, pour cette recherche, est *penser le tourisme* en respect des principes du développement durable. Cette condition, nous en avons fait la démonstration, est loin d'être visible sur les pages Web analysées. Par la définition de sept axes d'action pour améliorer la capacité des sites du patrimoine mondial à préserver leurs ressources grâce au tourisme, le programme de tourisme durable de l'UNESCO nourrit des ambitions idéalistes qui sont loin d'être reflétées dans la réalité virtuelle du Web. Mais s'agit-il d'une vision à long terme qui saura inspirer les professionnels des relations publiques qui sont derrière la mise en ligne de pages Web de sites du patrimoine mondial ?

APPENDICE A

LES PAYS D'EUROPE, LES CATÉGORIES DE SITES (CULTUREL, NATUREL OU MIXTE), LES NOMS DES SITES ET LEUR ANNÉE D'INSCRIPTION SUR LA LISTE DU PATRIMOINE MONDIAL

Pays	Sites de patrimoine mondial
1. Albanie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none">• Butrint (1992)• Ville-musée de Gjirokastra (2005)
2. Allemagne	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none">• Abbaye et Altenmünster de Lorsch (1991)• Cathédrale d'Aix-la-Chapelle (1978)• Cathédrale de Cologne (1996)• Cathédrale de Spire (1981)• Cathédrale Sainte-Marie et église Saint-Michel d'Hildesheim (1985)• Centres historiques de Stralsund et Wismar (2002)• Châteaux d'Augustusburg et de Falkenlust à Brühl (1984)• Châteaux et parcs de Potsdam et Berlin (1990)• Collégiale, château et vieille ville de Quedlinburg (1994)• Complexe industriel de la mine de charbon de Zollverein à Essen (2001)• Église de pèlerinage de Wies (1983)

	<ul style="list-style-type: none"> • Frontières de l'Empire romain (1987) • Hôtel de ville et la statue de Roland sur la place du marché de Brême (2004) • Île monastique de Reichenau (2000) • La Wartburg (1999) • Le Bauhaus et ses sites à Weimar et Dessau (1996) • Le royaume des jardins de Dessau-Wörlitz (2000) • Mines de Rammelsberg et la ville historique de Goslar (1992) • Monastère de Maulbronn (1993) • Monuments commémoratifs de Luther à Eisleben et Wittenberg (1996) • Museumsinsel (Île des musées), Berlin (1999) • Parc de Muskau / Parc Muzakowski (2004) • Résidence de Wurtzbourg avec les jardins de la Cour et la place de la Résidence (1981) • Trèves – monuments romains, cathédrale Saint-Pierre et église Notre-Dame (1986) • Usine sidérurgique de Völklingen (1994) • Vallée de l'Elbe à Dresde (2004) • Vallée du Haut-Rhin moyen (2002) • Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof (2006) • Ville de Bamberg (1993) • Ville hanséatique de Lübeck (1987) • Weimar classique (1998) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site fossilifère de Messel (1995)
3. Andorre	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Vallée du Madriu-Perafita-Claror (2004)

4. Arménie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale et les églises d'Etchmiadzine et le site archéologique de Zvartnotz (2000) • Monastère de Gherart et la Haute Vallée de l'Azat (2000) • Monastères de Haghbat et de Sanahin (1996)
5. Autriche	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre historique de la ville de Salzbourg (1996) • Centre historique de Vienne (2001) • Ligne de chemin de fer de Semmering (1998) • Palais et jardins de Schönbrunn (1996) • Paysage culturel de Fertö / Neusiedlersee (2001) • Paysage culturel de Hallstatt-Dachstein / Salzkammergut (1997) • Paysage culturel de la Wachau (2000) • Ville de Graz – Centre historique (1999)
6. Azerbaïdjan	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cité fortifiée de Bakou avec le palais des Chahs de Chirvan et la tour de la Vierge (2000)
7. Biélorussie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Ensemble architectural, résidentiel et culturel de la famille Radziwill à Nesvizh (2005) • Ensemble du château de Mir (2000) <p>Naturel</p> <p>Fôret Belovezhskaya Pushcha / Białowieża (1979)</p>

8. Belgique	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beffrois de Belgique et de France (1999) • Béguinages flamands (1998) • Cathédrale Notre-Dame de Tournai (2000) • Complexe Maison-Ateliers-Musée Plantin-Moretus (2005) • Habitations majeures de l'architecte Victor Horta (Bruxelles) (2000) • La Grand-Place de Bruxelles (1998) • Le centre historique de Bruges (2000) • Les quatre ascenseurs du canal du Centre et leur site, La Louvière et Le Roeulx (Hainault) (1998) • Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons) (2000)
9. Bosnie-Herzégovine	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quartier du Vieux pont de la vieille ville de Mostar (2005)
10. Bulgarie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancienne cité de Nessebar (1983) • Cavalier de Madara (1979) • Église de Boyana (1979) • Églises rupestres d'Ivanovo (1979) • Monastère de Rila (1983) • Tombe thrace de Kazanlak (1979) • Tombeau thrace de Svechtari (1985) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Pirin (1983) • Réserve naturelle de Srébarna (1983)

11. Chypre	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choirokoitia (1998) • Eglises peintes de la région de Troodos (1985) • Paphos (1980)
12. Croatie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale Saint-Jacques de Šibenik (2000) • Ensemble épiscopal de la basilique euphrasienne dans le centre historique de Poreč (1997) • Noyau historique de Split avec le palais de Dioclétien (1979) • Vieille ville de Dubrovnik (1979) • Ville historique de Trogir (1997) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc national Plitvice (1979)
13. Danemark	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale de Roskilde (1995) • Château de Kronborg (2000) • Tumulus, pierres runiques et église de Jelling (1994) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fjord glacé d'Ilulissat (2004)
14. Espagne	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alhambra, Generalife et Albayzín, Grenade (1984) • Architecture mudéjare d'Aragon (1986) • Art rupestre du bassin méditerranéen de la péninsule Ibérique (1998)

	<ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale de Burgos (1984) • Centre historique de Cordoue (1984) • Chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle (1993) • Églises romanes catalanes de la Vall de Boí (2000) • Ensemble archéologique de Mérida (1993) • Ensemble archéologique de Tarragone (2000) • Ensembles monumentaux Renaissance de Úbeda et Baeza (2003) • Grotte d'Altamira (1985) • La Cathédrale, l'Alcázar et l'Archivo de Indias de Séville (1987) • La Lonja de la Seda de Valence (1996) • Las Médulas (1997) • Monastère de Poblet (1991) • Monastère et site de l'Escorial (Madrid) (1984) • Monastère royal de Santa María de Guadalupe (1993) • Monastères de San Millán de Yuso et de Suso (1997) • Monuments d'Oviedo et du royaume des Asturies (1985) • Palais de la musique catalane et hôpital de Sant Pau, Barcelone (1997) • Palmeraie d'Elche (2000) • Paysage culturel d'Aranjuez (2001) • Pont Vizcaya (2006) • Remparts romains de Lugo (2000) • San Cristóbal de la Laguna (1999) • Site archéologique d'Atapuerca (2000) • Université et quartier historique d'Alcalá de Henares (1998) • Vieille ville d'Ávila avec ses églises extra-muros (1985) • Vieille ville de Cáceres (1986) • Vieille ville de Saint-Jacques-de-Compostelle (1985) • Vieille ville de Salamanque (1988) • Vieille ville de Ségovie et son aqueduc (1985) • Ville historique de Tolède (1986) • Ville historique fortifiée de Cuenca (1996) • Œuvres d'Antoni Gaudí (1984)
--	---

	<p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Doñana (1984) • Parc national de Garajonay (1986) <p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ibiza, biodiversité et culture (1999) • Pyrénées - Mont Perdu (1997)
15. Estonie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Centre historique (vieille ville) de Tallin (1997)
16. Ex-République Yougoslave de Macédoine	<p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patrimoine naturel et culturel de la région d'Ohrid (1979)
17. Fédération de Russie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Centre historique de la ville de Yaroslavl (2005) • Centre historique de Saint-Pétersbourg et ensembles monumentaux annexes (1990) • Citadelle, vieille ville et forteresse de Derbent (2003) • Église de l'Ascension à Kolomenskoye (1994) • Ensemble architectural de la laure de la Trinité-Saint-Serge à Serguiev Posad (1993) • Ensemble du couvent Novodievitchi (2004) • Ensemble du monastère de Ferapontov (2000) • Ensemble historique et architectural du Kremlin de Kazan (2000) • Ensemble historique, culturel et naturel des îles Solovetsky (1992) • Isthme de Courlande (2000) • Kizhi Pogost (1990) • Le Kremlin et la place Rouge, Moscou (1990) • Monuments de Vladimir et de Souzdal (1992)

	<ul style="list-style-type: none"> • Monuments historiques de Novgorod et de ses environs (1992) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bassin d'Ubs Nuur (2003) • Caucase de l'Ouest (1999) • Forêts vierges de Komi (1995) • Lac Baïkal (1996) • Montagnes dorées de l'Altaï (1998) • Sikhote-Aline central (2001) • Système naturel de la Réserve de l'île Wrangel (2004) • Volcans du Kamchatka (1996)
18. Finlande	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancienne Rauma (1991) • Arc géodésique de Struve (2005) • Forteresse de Suomenlinna (1991) • Site funéraire de l'âge du bronze de Sammallahdenmäki (1999) • Usine de traitement du bois et de carton de Verla (1996) • Vieille église de Petäjävesi (1994) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archipel de Kvarken / Haute Côte (2000)
19. France	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbaye de Saint-Savin sur Gartempe (1983) • Abbaye cistercienne de Fontenay (1981) • Arles, monuments romains et romans (1981) • Basilique et colline de Vézelay (1979) • Beffrois de Belgique et de France (1999) • Canal du Midi (1996) • Cathédrale d'Amiens (1981) • Cathédrale de Bourges (1992) • Cathédrale de Chartres (1979) • Cathédrale Notre-Dame, ancienne abbaye Saint-Remi et palais de Tau, Reims (1991) • Centre historique d'Avignon : Palais des

	<p>papes, ensemble épiscopal et Pont d'Avignon (1995)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France (1998) • Juridiction de Saint-Émilion (1999) • Le Havre, la ville reconstruite par Auguste Perret (2005) • Mont-Saint-Michel et sa baie (1979) • Palais et parc de Fontainebleau (1981) • Palais et parc de Versailles (1979) • Paris, rives de la Seine (1991) • Places Stanislas, de la Carrière et d'Alliance à Nancy (1983) • Pont du Gard (1985) • Provins, ville de foire médiévale (2001) • Saline royale d'Arc-et-Senans (1982) • Site historique de Lyon (1998) • Sites préhistoriques et grottes ornées de la vallée de la Vézère (1979) • Strasbourg – Grande île (1988) • Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange (1981) • Val de Loire entre Sully-sur-Loire et Chalonnes (2000) • Ville fortifiée historique de Carcassonne (1997) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Golfe de Porto : calanche de Piana, golfe de Girolata, réserve de Scandola (1983) <p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pyrénées - Mont Perdu (1997)
20. Géorgie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale de Bagrati et monastère de Ghélati (1994) • Haut Svaneti (1996) • Monuments historiques de Mtskheta (1994)

21. Grèce	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acropole d'Athènes (1987) • Centre historique (Chorá) avec le monastère de Saint Jean « le théologien » et la grotte de l'Apocalypse sur l'île de Patmos (1999) • Délos (1990) • Monastères de Daphni, Hossios Luckas et Nea Moni de Chios (1990) • Monuments paléochrétiens et byzantins de Thessalonique (1988) • Mystras (1989) • Pythagoreion et Heraion de Samos (1992) • Site archéologique d'Épidaure (1988) • Site archéologique d'Olympie (1989) • Site archéologique de Delphes (1987) • Site archéologique de Vergina (1996) • Sites archéologiques de Mycènes et de Tirynthe (1999) • Temple d'Apollon Épikourios à Bassae (1986) • Ville médiévale de Rhodes (1988) <p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Météores (1988) • Mont Athos (1988)
22. Hongrie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbaye bénédictine millénaire de Pannonhalma et son environnement naturel (1996) • Budapest, avec les rives du Danube, le quartier du château de Buda et l'avenue Andrassy (1987) • Hollókő, le vieux village et son environnement (1987) • Nécropole paléochrétienne de Pécs (Sopianae) (2000) • Parc national de Hortobágy - la <i>Puszta</i> (1999) • Paysage culturel de Fertő / Neusiedlersee (2001)

	<ul style="list-style-type: none"> • Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj (2002) Naturel • Grottes du karst d'Aggtelek et du karst de Slovaquie (1995)
23. Irlande	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ensemble archéologique de la vallée de la Boyne (1993) • Skellig Michael (1996)
24. Islande	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parc national de Þingvellir (2004)
25. Italie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sacri Monti</i> du Piémont et de Lombardie (2003) • Art rupestre du Valcamonica (1979) • Assise, la Basilique de San Francesco et autres sites franciscains (2000) • Castel del Monte (1996) • Cathédrale, Torre Civica et Piazza Grande, Modène (1997) • Centre historique de Florence (1982) • Centre historique de la ville de Pienza (1996) • Centre historique de Naples (1995) • Centre historique de Rome, les biens du Saint-Siège situés dans cette ville bénéficiant des droits d'extra-territorialité et Saint-Paul-hors-les-Murs (1980) • Centre historique de San Gimignano (1990) • Centre historique de Sienne (1995) • Centre historique d'Urbino (1998) • Côte amalfitaine (1997) • Crespi d'Adda (1995) • Ferrare, ville de la Renaissance, et son delta du Pô (1995)

	<ul style="list-style-type: none"> • Gênes, les <i>Strade Nuove</i> et le système des palais des <i>Rolli</i> (2006) • I Sassi di Matera (1993) • Jardin botanique (Orto botanico), Padoue (1997) • L'église et le couvent dominicain de Santa Maria delle Grazie avec « La Cène » de Léonard de Vinci (1980) • Les <i>trulli</i> d'Alberobello (1996) • Monuments paléochrétiens de Ravenne (1996) • Nécropoles étrusques de Cerveteri et de Tarquinia (2004) • Palais royal du XVIII^e siècle de Caserte avec le parc, l'aqueduc de Vanvitelli et l'ensemble de San Leucio (1997) • Parc national du Cilento et du Vallo Diano, avec les sites archéologiques de Paestum et Velia et la Chartreuse de Padula (1998) • Piazza del Duomo à Pise (1987) • Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto) (1997) • Résidences des Savoie (1997) • Su Nuraxi de Barumini (1997) • Syracuse et la nécropole rocheuse de Pantalica (2005) • Vallée de l'Orcia (2004) • Venise et sa lagune (1987) • Villa Adriana (Tivoli) (1999) • Villa d'Este, Tivoli (2001) • Villa romaine du Casale (1997) • Ville de Vérone (2000) • Ville de Vicence et les villas de Palladio en Vénétie (1994) • Villes du baroque tardif de la vallée de Noto (sud-est de la Sicile) (2002) • Zone archéologique d'Agrigente (1997) • Zone archéologique et la basilique patriarcale d'Aquilée (1998) • Zones archéologiques de Pompéi, Herculaneum et Torre Annunziata (1997) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Isole Eolie (Îles Eoliennes) (2000)
--	---

26. Kazakhstan	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mausolée de Khoja Ahmad Yasawi (2003) • Pétroglyphes du paysage archéologique de Tamgaly (2004)
27. Lettonie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Centre historique de Riga (1997)
28. Liechtenstein	Aucun site de patrimoine mondial au Liechtenstein
29. Lituanie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Centre historique de Vilnius (1994) • Isthme de Courlande (2000) • Site archéologique de Kernavė (Réserve culturelle de Kernavė) (2004)
30. Luxembourg	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ville de Luxembourg : vieux quartiers et fortifications (1994)
31. Malte	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hypogée de Hal Saflieni (1980) • Temples mégalithiques de Malte (1980) • Ville de La Valette (1980)
32. Monaco	Aucun site de patrimoine mondial répertorié à Monaco
33. Monténégro	<ul style="list-style-type: none"> • Contrée naturelle et culturo-historique de Kotor (1979) • Parc national de Durmitor (1980, 2005)

34. Norvège	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Art rupestre d'Alta (1985) • Quartier de « Bryggen » dans la ville de Bergen (1979) • Vegaøyan – Archipel de Vega (2004) • Ville minière de Røros (1980) • « Stavkirke » d'Urnes (1979) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fjords de l'Ouest de la Norvège – Geirangerfjord et Nærøyfjord (2005)
35. Pays-Bas	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Droogmakerij de Beemster (Polder de Beemster) (1999) • Ir. D.F. Woudagemaal (station de pompage à la vapeur de D.F. Wouda) (1998) • Ligne de défense d'Amsterdam (1996) • Réseau des moulins de Kinderdijk-Elshout (1997) • Rietveld Schröderhuis (Maison Schröder de Rietveld) (2000) • Schokland et ses environs (1995) • Zone historique de Willemstad, centre ville et port, Antilles néerlandaises (1997)
36. Pologne	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camp de concentration d'Auschwitz (1979) • Centre historique de Cracovie (1978) • Centre historique de Varsovie (1980) • Château de l'ordre Teutonique de Malbork (1997) • Églises de la Paix à Jawor et Swidnica (2001) • Églises en bois du sud de la Petite Pologne (2003) • Halle du Centenaire de Wroclaw (2006)

	<ul style="list-style-type: none"> • Kalwaria Zebrzydowska : ensemble architectural maniériste et paysager et parc de pèlerinage (1999) • Mines de sel de Wieliczka (1978) • Parc de Muskau / Parc Muzakowski (2004) • Vieille ville de Zamość (1992) • Ville médiévale de Toruń (1997) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forêt Belovezhskaya Pushcha / Białowieża (1979)
37. Portugal	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre d'Angra do Heroísmo aux Açores (1983) • Centre historique d'Évora (1986) • Centre historique de Guimarães (2001) • Centre historique de Porto (1996) • Couvent du Christ à Tomar (1983) • Monastère d'Alcobaça (1989) • Monastère de Batalha (1983) • Monastère des Hiéronymites et tour de Belém à Lisbonne (1983) • Paysage culturel de Sintra (1995) • Paysage viticole de l'île du Pico (2004) • Région viticole du Haut-Douro (2001) • Sites d'art rupestre préhistorique de la vallée de Côa (1998) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forêt Laurifière de Madère (1999)
38. République de Moldavie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005)

39. République tchèque	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre historique de Český Krumlov (1992) • Centre historique de Prague (1992) • Centre historique de Telč (1992) • Château de Litomyšl (1999) • Colonne de la Sainte Trinité à Olomouc (2000) • Église Saint-Jean-Népomucène, lieu de pèlerinage à Zelená Hora (1994) • Jardins et château de Kroměříž (1998) • Kutná Hora : le centre historique de la ville avec l'église Sainte-Barbe et la cathédrale Notre-Dame de Sedlec (1995) • Le quartier juif et la basilique Saint-Procopé de Třebíč (2003) • Paysage culturel de Lednice-Valtice (1996) • Réserve du village historique d'Holašovice (1998) • Villa Tugendhat à Brno (2001)
40. Roumanie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre historique de Sighișoara (1999) • Églises de Moldavie (1993) • Ensemble « Églises en bois de Maramureș » (1999) • Forteresses daces des monts d'Orastie (1999) • Monastère de Horezu (1993) • Sites villageois avec églises fortifiées de Transylvanie (1993) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delta du Danube (1991)
41. Royaume-Uni	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cathédrale et château de Durham (1986) • Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry (1988) • Châteaux forts et enceintes du roi Édouard Ier dans l'ancienne principauté de Gwynedd (1986)

	<ul style="list-style-type: none"> • Coeur néolithique des Orcades (1999) • Frontières de l'Empire romain (1987) • Gorge d'Ironbridge (1986) • Jardins botaniques royaux de Kew (2003) • Liverpool – Port marchand (2004) • Maritime Greenwich (1997) • New Lanark (2001) • Palais de Blenheim (1987) • Palais de Westminster, l'abbaye de Westminster et l'église Sainte-Marguerite (1987) • Parc de Studley Royal avec les ruines de l'abbaye de Fountains (1986) • Paysage industriel de Blaenavon (2000) • Paysage minier des Cornouailles et de l'ouest du Devon (2006) • Saltaire (2001) • Stonehenge, Avebury et sites associés (1986) • Tour de Londres (1988) • Usines de la vallée de la Derwent (2001) • Vieille ville et Nouvelle ville d'Edimbourg (1995) • Ville de Bath (1987) • Ville historique de St George et les fortifications associées, aux Bermudes (2000) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaussée des Géants et sa côte (1986) • Île d'Henderson (1988) • Îles de Gough et Inaccessible (1995) • Littoral du Dorset et de l'est du Devon (2001) <p>Mixte</p> <p>Île de St Kilda (1986)</p>
42. Saint-Marin	Aucun site du patrimoine mondial à Saint-Marin
43. Saint-Siège (Vatican)	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centre historique de Rome, les biens du Saint-Siège situés dans cette ville bénéficiant des droits d'extra-territorialité et Saint-Paul-hors-les-Murs (1980) • Cité du Vatican (1984)

44. Serbie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monastère de Studenica (1986) • Monuments médiévaux au Kosovo (2004) • Vieux Ras avec Sopoćani (1979)
45. Slovaquie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réserve de conservation de la ville de Bardejov (2000) • Spišský Hrad et les monuments culturels associés (1993) • Ville historique de Banská Štiavnica et les monuments techniques des environs (1993) • Vlkolínec (1993) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grottes du karst d'Aggtelek et du karst de Slovaquie (1995)
46. Slovénie	<p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grottes de Škocjan (1986)
47. Suède	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arc géodésique de Struve (2005) • Birka et Hovgården (1993) • Domaine royal de Drottningholm (1991) • Forges d'Engelsberg (1993) • Gravures rupestres de Tanum (1994) • Paysage agricole du sud d'Öland (2000) • Port naval de Karlskrona (1998) • Skogskyrkogården (1994) • Station radio Varberg (2004) • Village-église de Gammelstad, Luleå (1996) • Ville hanséatique de Visby (1995) • Zone d'exploitation minière de la grande montagne de cuivre de Falun (2001)

	<p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archipel de Kvarken / Haute Côte (2000) <p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Région de Laponie (1996)
48. Suisse	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Couvent bénédictin Saint-Jean-des-Sœurs à Münstair (1983) • Couvent de Saint-Gall (1983) • Trois châteaux, muraille et remparts du bourg de Bellinzzone (2000) • Vieille ville de Berne (1983) <p>Naturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (2001) • Monte San Giorgio (2003)
49. Turquie	<p>Culturel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grande mosquée et hôpital de Divriği (1985) • Hattousa : la capitale hittite (1986) • Nemrut Dağ (1987) • Site archéologique de Troie (1998) • Ville de Safranbolu (1994) • Xanthos-Letoon (1988) • Zones historiques d'Istanbul (1985) <p>Mixte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hierapoli -Pamukkale (1988) • Parc national de Göreme et sites rupestres de Cappadoce (1985)

50. Ukraine	<p data-bbox="735 342 836 370">Culturel</p> <ul data-bbox="691 412 1324 583" style="list-style-type: none"><li data-bbox="691 412 1158 444">• Arc géodésique de Struve (2005)<li data-bbox="691 449 1324 544">• Kiev : cathédrale Sainte-Sophie et ensemble des bâtiments monastiques et laure de Kievo-Petchersk (1990)<li data-bbox="691 549 1299 583">• Lviv – ensemble du centre historique (1998)
-------------	--

APPENDICE B

BORDEREAUX D'ANALYSE COMPLÉTÉS

Page Web analysée : Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof						
Pays et date d'analyse : Allemagne, 15 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		90	Allemand	Site unilingue
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	X		90	Gouv.	Stadt Regensburg (ville de Ratisbonne)
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	X		90		Municipal
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	X		90		
	▪ Adresse postale	X		90		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		90		
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					Envoi 17 janvier 2007
Sous-total				540		540/600 = 90 %
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		X		90		

1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		X		90		
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?		X		90		
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		N/A	N/A			
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?			X	0		
Sous-total				270		270/300 = 90 %
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		X			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		X			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		X			

2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			X			
Sous-total						0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		X		100		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		X		100		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	N/A	N/A			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique	N/A	N/A			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration		N/A	N/A			
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité	N/A	N/A			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			X			
Sous-total				200		200/700 = 28,57%
Total						1010/1600 = 63,125%

Page Web analysée : Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof						
Pays et date d'analyse : Allemagne, 26 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		90	Allemand	Site unilingue
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	X		90		
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	X		90		Tourisme
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	X		90		
	▪ Adresse postale	X		90		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		90		
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					Pas d'envoi de courriel puisque 2e analyse
Sous-total				540		540/600 = 90%
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		X		90		

1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		X		90		
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?		X		90		
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		N/A	N/A			
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?			X	0		
Sous-total				270		270/300 = 90 %
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		X			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		X			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		X			

2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			X			
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		X		100		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		X		100		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	N/A	N/A			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique	N/A	N/A			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration		N/A	N/A			
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité	N/A	N/A			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			X			
Sous-total				200	28,57 %	200/700 = 28,57%
Total						1010/1600 = 63,125%

Page Web analysée : Minières néolithiques de silex de Spiennes						
Pays et date d'analyse : Belgique, 19 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		80		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	X		70	Gouv.	Ministère de la région Wallonne. Direction générale de l'aménagement du territoire, du Logement et du Patrimoine.
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	X		70		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	X		70		
	▪ Adresse postale	X		70		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		70		
	Réponse au courriel					Envoi le 19 janvier 2007
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					

Sous-total				430		$430/600 = 71,6\%$
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		X		100		
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			X			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			X			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		X				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?			X			Français
Sous-total				100		$100/300 = 33,3 \%$
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?			X			Sur le site du ministère de la région wallonne : 4 bandeaux, dont 3 sont de la publicité

D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		X			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		X			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		X			
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			X			
Sous-total				0	0%	0/400 = 0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		X		100		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO			X	0		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	X		100		le plus ancien et le plus vaste centre d'exploitation de silex en Europe
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique		X			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration			X			

6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité		X			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			X			
Sous-total				200		$200/700 = 28,57\%$
Total						$730/1600 = 45,625\%$

Page Web analysée : Ensemble archéologique de Mérida						
Pays et date d'analyse : Espagne. 19 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation					Impossible d'afficher la page
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?					
	▪ Quel est son secteur d'activité ?					
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone					
	▪ Adresse postale					
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)					
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				0		
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?						
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?						

2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?						
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?						
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?						
Sous-total				0		
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?						
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;					
	• quand l'information a été mise sur le Web ;					
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;					
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?						

Sous-total				0		
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?						
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO						
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.					
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique					
5. Mention des efforts de conservation, de restauration						
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité					
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial						
Sous-total				0		0 %

Page Web analysée : Ibiza, biodiversité et culture						
Pays et date d'analyse : Espagne, 24 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	X		90		
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	X		90	Para-public	Department of Humanities and Philology at the Open University of Catalonia (UOC), together with Museums and Institutions from Catalonia and the Islands
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	X		80		Groupe de recherche seulement

	▪ Adresse postale	X		80		Groupe de recherche seulement
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		90		Envoi le 24 janvier 2007
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				530		530/600 = 88,3%
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		X		100		Groupe de recherche
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			X			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?		X		90		Liste de remerciements, de personnes qui ont contribué à l'exposition
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		X				

4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		X		90		Anglais, Catalan et Castillan
Sous-total				280		280/300 = 93,3 %
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		X			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		X			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		X			
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			X			
Sous-total				0		0/400 = 0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?			X			
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO			X			

Page Web analysée : Forteresse de Suomenlinna						
Pays et date d'analyse : Finlande, 25 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment,
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?		X		para-public	Governing Body of Suomenlinna (Corps régissant de Suomenlinna), sous le ministère de l'Éducation
	▪ Quel est son secteur d'activité ?		X			
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	X		100		
	▪ Adresse postale	X		100		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		100		
	Réponse au courriel					Envoi le 25 janvier
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				400		400/600 = 66,6%

B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		X		90		UNESCO, Ministère de l'éducation, météo locale,
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		X		90		Deux liens dont un qui ne fonctionne pas (impossible d'afficher la page)
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			X			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		X				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		X				Finlandais, suédois, anglais
Sous-total				180		180/300 = 60%

C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		X			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		X			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;					
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			X			
Sous-total				0		0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		X		100		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		X		100		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	X		90		
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique	X		90		

5. Mention des efforts de conservation, de restauration		X		90		
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité		X			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial		X		80		
Sous-total				550		$550/700 = 78,57\%$
Total						$1130/1600 = 70,625\%$

Page Web analysée : Théâtre antique et ses abords ...						
Pays et date d'analyse : 26 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	X		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?		X			Page personnelle
	▪ Quel est son secteur d'activité ?		X			
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone		X			
	▪ Adresse postale		X			
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	X		100		Deux courriels envoyés le 26 janvier
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				200		200/600 = 33,3%
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?			X			
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			X			

2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?			x			
Sous-total				0		0/300 = 0%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		X				
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			

Page Web analysée : Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj

Pays et date d'analyse : Hongrie, le 29 janvier 2007

Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		80		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x		80	Privé	Caves Rakoczi, vistes et boutique. Adresse postale et téléphone (pas de courriel)
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x		80		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		80		
	▪ Adresse postale	x		80		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)		x			pas d'adresse courriel, mais icône @
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				400		400/600 = 66,6%

B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?			x			
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			x			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		X				Hongrois, français, anglais, allemand
Sous-total				0		0/300 = 0%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			

	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			x			
Sous-total				0		0/400 = 0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		x		70		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		x		70		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.		x			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique		x			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration			x			
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité		x			

7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			x			
Sous-total				140		$140/700 = 20\%$
Total						$540/1600 = 33,75\%$

Page Web analysée : Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj						
Pays et date d'analyse : Hongrie, le 1er février 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		90		Caves Rakoczi, visites et boutique. Adresse postale et téléphone (pas de courriel)
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x		90		
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x		80		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		90		
	▪ Adresse postale	x		90		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)		x			pas d'adresse courriel
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				440	66,60%	440/600 = 66,6%
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?			x			

1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			x			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		X				Hongrois, français, anglais, allemand
Sous-total				0		0/300 = 0%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			

2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?		x			
Sous-total			0		0/400 = 0%
E. Couverture					
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?	x		70		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO	x		70		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	x			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique	x			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration		x			
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité	x			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial		x			
Sous-total			140		140/700 = 20 %
Total					540/1600 = 33,75%

Page Web analysée : Porovenere, Cinque Terre et les îles						
Pays et date d'analyse : Italie, 29 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x		100	para-public	Parco Nazionale delle Cinque Terre
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x		100		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		70		
	▪ Adresse postale	x		70		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	x		70		Envoi le 29 janvier
	Réponse au courriel					réponse 31 janvier.
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				510		510/600 = 85 %
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		x		70		
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		x		80		

2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		x				Français, anglais, italien
Sous-total				150		150/300 = 50 %
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			

Page Web analysée : Vegaoyan l'Archipel de Vega						
Pays et date d'analyse : Norvège, 29 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		90		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qui est propriétaire de l'organisation ? ▪ Quel est son secteur d'activité ? 		x			
			x		Fondation	The Vega Archipelago Foundation
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		90		
	▪ Adresse postale	x		90		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	x		90		Courriel envoyé 29 janvier
	Réponse au courriel	x				30-janv
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception				1 jour	Envoi de documentation et réf
Sous-total				360		360/600 = 60 %
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		x		100		Association touristique régionale

1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		x		100		
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		x				anglais, norvégien
Sous-total				200		200/300 = 63,3%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			

2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?		x			
Sous-total			0		0/400 = 0%
E. Couverture					
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		x	100		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		x	100		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.	x	100		
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique	x	100		hyperlien qui mène directement à la page de l'UNESCO - description du site Vegaoyan
5. Mention des efforts de conservation, de restauration		x			
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité	x			

7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			x			
Sous-total				400	57,14 %	400/700 = 57,14%
Total						960/1600 = 60 %

Page Web analysée : Centre historique de Porto						
Pays et date d'analyse : Portugal, le 31 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation		x			le lien "institution" (90 points) mène du site français vers du texte portugais
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x			para-public	Direction générale des édifices et des monuments nationaux (DGEMN).
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x				en portugais
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		90		en portugais
	▪ Adresse postale	x		90		en portugais
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	x		90		l'hyperlien ne fonctionne pas
	Réponse au courriel					Envoi le 31 janvier
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				270		270/600 = 45%

B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?			x			
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			x			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?			x			
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?		x				français (occasionnellement), portugais, anglais
Sous-total				0		0/300 = 0%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			

D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			x			
Sous-total				0		0/400 = 0%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?			x			
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO			x			
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.		x			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique		x			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration			x			

Page Web analysée : Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin						
Pays et date d'analyse : Royaume-Uni, le 31 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x		90		
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x		90		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x		90		Page personnelle
	▪ Adresse postale	x		90		
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)	x		90		Envoi le 31 janvier
	Réponse au courriel					
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				550		550/600 = 91,66%
B. Précision						
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?			x			
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?			x			

2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?			x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x				
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?			x			anglais
Sous-total				0		0/300 = 0%
C. Objectivité						
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A			
D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;	x		100		
	• quand l'information a été mise sur le Web ;		x			
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;	x		100		
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?		x		90		Date des dernières mises à jour sur chaque page

Sous-total				290		$290/400 = 72,5\%$
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?			x			
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO			x			
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.		x			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique		x			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration		x		10		Rénovations dispendieuses. Sans plus.
6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité		x			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial			x			
Sous-total				10		$10/700 = 1,43\%$
Total						$850/1600 = 53,125\%$

Page Web analysée : Zones historiques d'Istanbul						
Pays et date d'analyse : Turquie, 31 janvier 2007						
Critères d'analyse	Unités de mesure	Oui	Non	Cote (0-100)	Lang.	Comment.
A. Autorité						
1. Est-ce clair que l'organisation est responsable du contenu de la page Web ?	Nom légal de l'organisation	x		100		
2. Existe-t-il un lien vers une page décrivant la nature de l'organisation ?	▪ Qui est propriétaire de l'organisation ?	x		90	Gouvernemental	Ministère de la culture et du tourisme de la république de Turquie
	▪ Quel est son secteur d'activité ?	x		90		
3. Est-ce facile de vérifier la légitimité de l'organisation ?	▪ Numéro de téléphone	x				Numéro de téléphone de chacun des ministres
	▪ Adresse postale		x			
	▪ Adresse courriel (communication bidirectionnelle possible)		x			
	Réponse au courriel					pas d'adresse courriel
	Temps écoulé entre l'envoi et la réception					
Sous-total				280		280/600 = 46,6%

B. Précision					
1. Est-ce que l'organisation offre des hyperliens vers d'autres pages Web ?		x			
1. Est-ce que l'organisation offre un hyperlien vers l'UNESCO ?		x			
2. Est-ce que les sources relatives à l'information factuelle sont clairement énumérées ?		x			
3. Lorsque le site est en anglais et/ou en français, est-ce que l'information est sans fautes grammaticales, sans coquilles ?		x			
4. Est-ce que l'information est disponible en plusieurs langues, lesquelles ?	x		100	9	turque, anglais, allemand, français, espagnol, arabe, italien, suédois
Sous-total			100		100/300 = 33,3%
C. Objectivité					
1. S'il y a de la publicité sur le site, est-ce clairement différencié du contenu informationnel ?		N/A	N/A		

D. Mise à jour						
1. Est-ce qu'il y a des dates pour indiquer :	• quand l'information a été publiée ;		x			
	• quand l'information a été mise sur le Web ;	x		100		
	• quand l'information a été révisée pour la dernière fois ;		x			
2. Y a-t-il d'autres indicateurs pour prouver que l'information est tenue à jour régulièrement ?			x			
Sous-total				100		100/400 = 25%
E. Couverture						
1. Est-il fait mention qu'il s'agit d'un site du patrimoine mondial ?		x		70		
2. Mention générale du référencement de l'UNESCO		x		70		
3. Mention de la valeur du référencement	Ex. : le plus vieux, le plus haut, etc.		x			
4. Mention des caractéristiques justifiant le référencement	Mise en évidence de la déclaration scientifique		x			
5. Mention des efforts de conservation, de restauration			x			

6. Retrouve-t-on une description détaillée du site du patrimoine mondial présenté comme bien de l'humanité et non seulement comme bien national ?	Présence / absence des mots : mondialisation, patrimoine, appartenance à l'humanité, collectivité, globalisation, universalité, internationalité	x			
7. Brochure PDF du site de patrimoine mondial		x			
Sous-total			140	20%	$140/700 = 20 \%$
Total					$620/1600 = 38,75\%$

APPENDICE C

RÉSULTATS DE L'ANALYSE

Tableau C.1
Résultats à la section Autorité

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	91.66%
2	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	90 %
3	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	88.3%
4	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	85%
5	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	71.6%
6	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	66.6%
7	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	66.6%
8	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	60%
9	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	46.6%
10	Portugal	Centre historique de Porto	45%
11	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	33.3%
	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Tableau C.2
Résultats à la section Précision

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	93.3%
2	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof	90%
3	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	63.3%
4	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	60%
5	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	50 %
6	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	33.3%
7	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	33.3%
8	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	0%
9	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	0%
10	Portugal	Centre historique de Porto	0%
11	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	0%
12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Tableau C.3
Résultats à la section Objectivité

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Commentaires
1	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	N/A
2	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	N/A
3	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	N/A
4	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	N/A
5	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	N/A
6	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	N/A
7	Portugal	Centre historique de Porto	N/A
8	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	N/A
9	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	N/A
10	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	Publicité bien séparée du contenu rédactionnel
11	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	Sur le site du Ministère : 4 bandeaux dont 3 sont de la publicité
12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Tableau C.4
Résultats à la section « Mise à jour »

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	72.5%
2	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	25%
3	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadthof	0%
4	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	0%
5	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	0%
6	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	0%
7	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	0%
8	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	0%
9	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	0%
10	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	0%
11	Portugal	Centre historique de Porto	0%
12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Tableau C.5
Résultats à la section Couverture

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	78.57%
2	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	57.15%
3	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	40 %
4	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof	28.57%
5	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes (Mons)	28.57%
6	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	20%
7	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	20%
8	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbéry	1.43%
9	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	0%
10	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	0%
11	Portugal	Centre historique de Porto	0%
12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

Tableau C.6
Résultats totaux

	Pays	Sites du patrimoine mondial	Scores
1	Finlande	Forteresse de Suomenlinna	70.625 %
2	Norvège	Vegaøyan – Archipel de Vega	60 %
3	Allemagne	Vieille ville de Ratisbonne et Stadtamhof	63.125 %
4	Italie	Portovenere, Cinque Terre et les îles (Palmaria, Tino et Tinetto)	58.75 %
5	Royaume-Uni	Cathédrale, abbaye Saint-Augustin et église Saint-Martin à Cantorbery	53.125 %
6	Espagne	Ibiza, biodiversité et culture	50.625 %
7	Belgique	Minières néolithiques de silex de Spiennes	45.625 %
8	Turquie	Zones historiques d'Istanbul	38.75 %
9	Hongrie	Paysage culturel historique de la région viticole de Tokaj	33.75 %
10	Portugal	Centre historique de Porto	16.875 %
11	France	Théâtre antique et ses abords et « Arc de Triomphe » d'Orange	12.5 %
12	Espagne	Ensemble archéologique de Mérida	Impossible d'afficher la page
13	Serbie	Vieux Ras avec Sopoćani	Aucune page Web

BIBLIOGRAPHIE

- Bardin, Laurence. 1977. *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France, 291 p.
- Bérubé, Pierre, Jonathan Martel et Sophie Perreault. 2005. « L'utilisation d'Internet en situation de crise ». *Bulletin Recherches RP*, vol. 2, no. 2 (décembre).
- Bonville, Jean de. 2000. *L'analyse de contenu des médias : de la problématique au traitement statistique*. Paris : De Boeck Université, 451 p.
- Castells, Manuel. 1999. *Le pouvoir de l'identité*. Paris : Fayard, 538 p.
- _____. 2002. *La galaxie Internet*. Paris : Fayard, 364 p.
- Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO. 2005. *Trousse d'information sur le patrimoine mondial*. Paris : UNESCO, 32 p.
- Cuche, Denys. 2002. « Nouveaux regards sur la culture : l'évolution d'une notion en anthropologie ». In *La culture : de l'universel au particulier*, p. 204 – 211. Auxerre : Sciences humaines éditions.
- Dagenais, Bernard. 2002. « La publicité et les relations publiques partenaires essentiels de la mondialisation ». In *La communication internationale*, sous la direction de Gilles Brunel et Claude-Yves Charron, p. 143 – 151. Boucherville : Gaëtan Morin Éditeur Itée.
- De Certeau, Michel. 1980. *L'invention du quotidien*. Paris : Gallimard, 313 p.
- Dupin, Éric. 2004. *L'hystérie identitaire*. Paris : Le cherche midi, 166 p.
- Esrock, Stuart L. et Greg B. Leichty. 1999. « Corporate World Wide Web pages : Serving the news media and other publics ». In *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 76, no 3, p. 456-467.
- Gauthier, Benoît (dir. publ.). 2003. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 619 p.
- Grawitz, Madeleine. 1984. *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz, 870 p.
- Grimes, Barbara F. 1996. *Ethnologue : Languages of the Word*. Thirteenth edition. Dallas, Texas: Summer Institute of Linguistic, Inc, 966 p.

- Grunig, James E. 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, N.J. : Lawrence Erlbaum, 666 p.
- Guédon, Jean-Claude. 1996. *La planète cyber : Internet et cyberspace*. Paris : Gallimard, 128 p.
- Journet, Nicolas. 2002. *La culture: de l'universel au particulier*. Auxerre : Sciences humaines éditions, 370 p.
- Katambwe, Jo M. 2002. « La communication internationale à l'épreuve des faits : le paradigme des réseaux ». In *La communication internationale*, sous la dir. de Gilles Brunel et Claude-Yves Charron, p. 99-114. Boucherville (Qué.) : Gaëtan Morin Éditeur.
- Lévy, Pierre. 2000. « Nous inventons une nouvelle civilisation ». *Le Monde* (Paris), 29 Novembre.
- Maisonneuve, Danielle. 2004. *Les relations publiques : le syndrome de la cage de Faraday*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 311 p.
- Maisonneuve, Danielle, Jean-François Lamarche et Yves St-Amand. 1998. *Les relations publiques dans une société en mouvance*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 389 p.
- Maisonneuve, Danielle, Jean-François Lamarche et Yves St-Amand. 1999. *Les relations publiques dans une société en mouvance*, 2^e ed. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 445 p.
- Mattelart, Armand. 2002 *La mondialisation de la communication*. Paris : Presses universitaires de France, 127 p.
- Mucchielli, Roger. 1974. *L'analyse de contenu : des documents et des communications*. Paris : Collection formation permanente séminaire Mucchielli, ESF Éditeur, 214 p.
- Organisation des Nations Unies (ONU). 2003. *Le tourisme au service de la paix et du développement durable*. Brésil, 27 novembre 2003. <http://www.un.org/News/fr-press/docs/2003/SGSM9034.doc.htm>.
- Ouellet, Pierre (sous la dir.) 2003. *Le soi et l'autre : l'énonciation de l'identité dans les contextes interculturels*. Québec : CELAT : Presses de l'Université Laval, 446 p.

- Proulx, Serge. 2004. *La révolution Internet en question*. Montréal : Québec / Amérique, 142 p.
- Quéau, Philippe. 1997. *L'université de l'universel : Actes du congrès CIRET-UNESCO : Quelle université pour demain ? Vers une évolution transdisciplinaire de l'Université* (Locarno, 30 avril–2 mai 1997). <http://nicol.club.fr/ciret/locarno/loca5c3.htm>
- Robin, Régine. 2003. « Entre histoire et mémoire : Le passé à l'âge de la "connexion généralisée" ». In *Le soi et l'autre : l'énonciation de l'identité dans les contextes interculturels*, sous la dir. de Pierre Ouellet, p. 323 - 339. Québec : CELAT : Presses de l'Université Laval.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: the New Media in Society*. New York : Free Press, 273 p.
- Toffler, Alvin E. 1980. *La troisième vague*. Paris : Denoël, 623 p.
- Wolton, Dominique. 2003. *L'autre mondialisation*. Paris : Flammarion, 211 p .